

Saimaan ammattikorkeakoulu  
Liiketalous Lappeenranta  
Liiketalous  
Markkinointi

Anne Tiainen

**TOIMINNAN KEHITTÄMISSUUNNITELMA  
LAPPEENRANNAN TRADENOMIOPIISKELIJAT  
RY:LLE**

Opinnäytetyö 2010

## TIIVISTELMÄ

Anne Tiainen

Toiminnan kehittämissuunnitelma Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry:lle,  
42 sivua, 3 liitettä

Saimaan ammattikorkeakoulu, Lappeenranta

Liiketalous, Liiketalouden koulutusohjelma

Markkinoinnin suuntautumisvaihtoehto

Opinnäytetyö 2010

Ohjaaja: Yliopettaja Pertti Mela

Tämä opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää benchmarking-prosessin avulla kahden aktiivisen opiskelijayhdistyksen toimintatapoja ja luoda niiden pohjalta toiminnan kehittämissuunnitelma Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry:lle. Suunnitelma rakentuu benchmarking-prosessin ja markkinointisuunnitelman mukaisesti, ja sitä on sovellettu yhdistyksen käyttöön sopivaksi. Suunnitelman avulla yhdistys voi kehittää toimintaansa seuraavalle kolmelle vuodelle esitettyjä kehityskohteita toteuttamalla.

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä käytettiin toiminnan kehittämis-tutkimusotetta. Työn teoriaosuus alkaa Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry:n toimintaa ja perustietoja käsittelevällä esittelyllä. Teoriaosuudessa esitellään myös benchmarkingin käsitteitä, yleisimpiä toimintatapoja ja benchmarking-prosessin kulkua sekä markkinointisuunnitelman laatimista voittoa tavoittelemattomalle yhdistykselle.

Empiriaosuudessa haastateltiin kahta benchmarking-tutkimuksen kohteeksi valittua esikuvayhdistystä ja vertailtiin yhdistysten toimintatapoja toisiinsa. Tutkimuksen avulla on tarkoitus löytää kehityskohteita Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry:n toimintaan. Tulosten perusteella yhdistykselle tehtiin benchmarking-prosessiin ja markkinointisuunnitelmaan pohjautuva toiminnan kehittämissuunnitelma vuosille 2011 – 2013.

Opinnäytetyön lopputuloksena syntyvä toiminnan kehittämissuunnitelma tarjoaa mallin toiminnan vähitellen tapahtuvaan kehittämiseen seuraavan kolmen vuoden aikana. Suunnitelman soveltuvuutta arvioitiin esittämällä se yhdistyksen hallituksen jäsenille ja pyytämällä heitä arvioimaan siinä esitettyjen kehityskoh-teiden realistisuutta. Toiminnan kehittämisen tarpeellisuutta mitattiin haastattele-malla Saimaan ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelijoita ja kysymällä heidän mielipiteitään yhdistyksestä ja sen näkyvyydestä opiskelijoiden keskuu-nessa. Suunnitelma annetaan Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry:n käyt-töön, ja sen toteuttaminen jää yhdistyksen hallituksen vastuulle.

Asiasanat: benchmarking, yhdistystoiminta, opiskelijayhdistys, toiminnan kehit-täminen ja markkinointisuunnitelma.

## ABSTRACT

Anne Tiainen

Developing Plan of Operations for Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat, 42 pages, 3 appendices

Saimaa University of Applied Sciences, Lappeenranta

Business Administration

Specialization of Marketing

Bachelor's Thesis 2010

Instructor: Senior Lecturer Pertti Mela

The purpose of this bachelor's thesis was to create a developing plan of operations for the student union called Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat. The plan was made by using the methods of benchmarking and marketing plan. The information is gathered mostly from literature, web-based sources and e-mail interviews. The most important sources are literature sources concerning the benchmarking theories of R.C. Camp and M.Kozak. In addition, the facts of the student union were found from its files.

The theoretical part of the thesis begins with a review of the history and the present situation of Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat. The next two sections of the theoretical part consist of the benchmarking theory and marketing plan. The empirical part was done by interviewing the chairmen of two co-operating student unions and comparing the unions to each other. The best practices that were found in the interviews and the results of the comparison were adapted to Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat by using the methods of benchmarking.

The developing plan for the union is based on the adapted results. By analyzing the results some developing targets, which were included in the developing plan, were found. The plan was made for the years 2011 – 2013 and it includes the targets for each year to develop the union step by step.

Keywords: benchmarking, marketing plan, union activity, student union, developing plan

# SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO .....	5
1.1	Aiheen tausta .....	5
1.2	Tavoitteet .....	6
1.3	Aiheen rajaus .....	6
1.4	Tutkimusmenetelmä .....	6
1.5	Viitekehys .....	7
2	LAPPEENRANNAN TRADENOMIOPISKELIJAT RY .....	8
2.1	Jäsenet ja hallitus .....	8
2.2	Kokoukset .....	9
2.3	Historia .....	9
2.4	Nykytilanne .....	11
3	BENCHMARKING .....	14
3.1	Yleisimmät benchmarking-tavat .....	15
3.1.1	Sisäinen benchmarking .....	15
3.1.2	Ulkoinen benchmarking .....	16
3.1.3	Toiminnallinen benchmarking .....	17
3.2	Benchmarking-prosessi .....	18
3.2.1	Suunnittelu .....	19
3.2.2	Analyysi .....	20
3.2.3	Integraatio .....	21
3.2.4	Toiminta .....	21
4	BENCHMARKING-TUTKIMUS .....	22
4.1	Tutkimuksen kulku .....	22
4.2	Talko ry .....	24
4.3	Mikkelin Tradenomiopiskelijat ry .....	25
5	SUUNNITELMA VUOSIKSI 2011 – 2013 .....	27
5.1	Markkinointisuunnitelma .....	27
5.2	Kehityskohteet vuodelle 2011 .....	29
5.3	Kehityskohteet vuodelle 2012 .....	33
5.4	Kehityskohteet vuodelle 2013 .....	34
6	ARVIOT SUUNNITELMAN SOPIVUUDESTA .....	36
6.1	Hallituksen jäsenten haastattelu .....	36
6.2	Opiskelijoiden haastattelu .....	38
6.3	Yhteenveto .....	38
	LÄHTEET .....	40
	KUVIOT .....	42
	TAULUKOT .....	42

## LIITTEET

Liite 1 Esikuvaorganisaatioiden haastattelu

Liite 2 Hallituksen jäsenten haastattelu

Liite 3 Liiketalouden opiskelijoiden haastattelu

# 1 JOHDANTO

Opiskelijayhdistyksen tarkoituksena on ajaa opiskelijoiden etuja koulutukseen ja ammattiin liittyvissä asioissa ja järjestää erilaisia aktiviteetteja oman koulutusalansa opiskelijoille. Yhdistys tarvitsee jäseniä vaikuttaakseen ja järjestääkseen toimintaa. Yhdistys on perustettu sen jäseniä varten. Jäsenet osallistuvat yhdistyksen järjestämiin tapahtumiin ja muuhun toimintaan. Uusia jäseniä hankitaan markkinoimalla yhdistystä opiskelijoille ja perustelemalla heille siitä saatavaa hyötyä. Mitä näkyvämpää yhdistyksen toiminta opiskelijoiden keskuudessa on, sitä helpompaa sen on hankkia uusia jäseniä ja houkutella heitä mukaan toimintaansa.

Yhdistyksen jäsenenä oleminen luo opiskelijoille yhteenkuuluvuuden tunnetta ja vahvistaa oman alan ammatti-identiteettiä. Erilaisten aktiviteettien ja sosiaalisten kontaktien lisäksi opiskelijat saavat yhdistyksen jäsenyydestä erilaisia jäsenetuja ja omaan alaan liittyviä hyödyllisiä tietoja, joiden takia yhdistykseen kannattaa liittyä.

## 1.1 Aiheen tausta

Opinnäytetyöni käsittelee Saimaan ammattikorkeakoulussa toimivaa opiskelijayhdistystä nimeltä Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry (jäljempänä LapTOP tai yhdistys). Työni tarkoituksena on luoda LapTOPille toiminnan kehittämissuunnitelma, jonka avulla yhdistys voisi lisätä jäsenmääräänsä sekä näkyvyyttään opiskelijoiden keskuudessa.

LapTOP on vuonna 2005 perustettu, opiskelija-aktiivien varassa toimiva yhdistys liiketalouden ja BBA-tutkinnon opiskelijoille. Koska LapTOP on aloittanut toimintansa vasta muutama vuosi sitten, ei sillä vielä ole vakiintuneita käytäntöjä kaikilla yhdistystoiminnan osa-alueilla. Kaikki opiskelijat eivät välttämättä ole tietoisia yhdistyksen olemassaolosta, koska yhdistyksen toiminta ei ole ollut kovin näkyvää viime vuosina.

Toimin yhdistyksen hallituksen tiedotus- ja vapaa-aikavastaavana vuosina 2009 – 2010. Hallituksen jäsenenä olin mukana vastaamassa yhdistyksen järjestämien tapahtumien suunnittelusta, toteutuksesta ja markkinoinnista. Tehtävänäni oli myös hankkia LapTOPille uusia jäseniä pitämällä aloittaville opiskelijoille esitelyjä yhdistyksestä. Valitsin opinnäytetyöni kohteeksi LapTOPin, sillä halusin tutkia itseäni kiinnostavaa aihetta, josta tiesin paljon jo etukäteen. Hallituksen jäsenenä olin hyvin selvillä siitä, mikä yhdistyksessä toimi ja missä ilmeni puutteita tai kehitysmahdollisuuksia, joten halusin opinnäytetyöni avulla kehittää yhdistyksen toimintaa ja auttaa sitä parantamaan heikkoja osa-alueitaan.

## **1.2 Tavoitteet**

Opinnäytetyöni keskeisimmät tavoitteet ovat:

1. Aktiivisesti toimivien opiskelijayhdistysten toimintatapojen selvitys benchmarking-prosessin mukaisesti
2. LapTOPille soveltuvan toiminnan kehittämissuunnitelman luominen

## **1.3 Aiheen rajaus**

Benchmarking-prosessi rajataan valitsemalla tutkimuskohteiksi kaksi muilla paikkakunnilla aktiivisesti toimivaa opiskelijayhdistystä. Tutkimus keskittyy yhdistysten jäsenhankintaan ja sen kehittämiseen. Tuloksien avulla tehtävä toiminnan kehittämissuunnitelma rajoittuu suunnitelman luomiseen teoriassa. Teorian soveltaminen käytäntöön jätetään yhdistyksen itsensä toteutettavaksi.

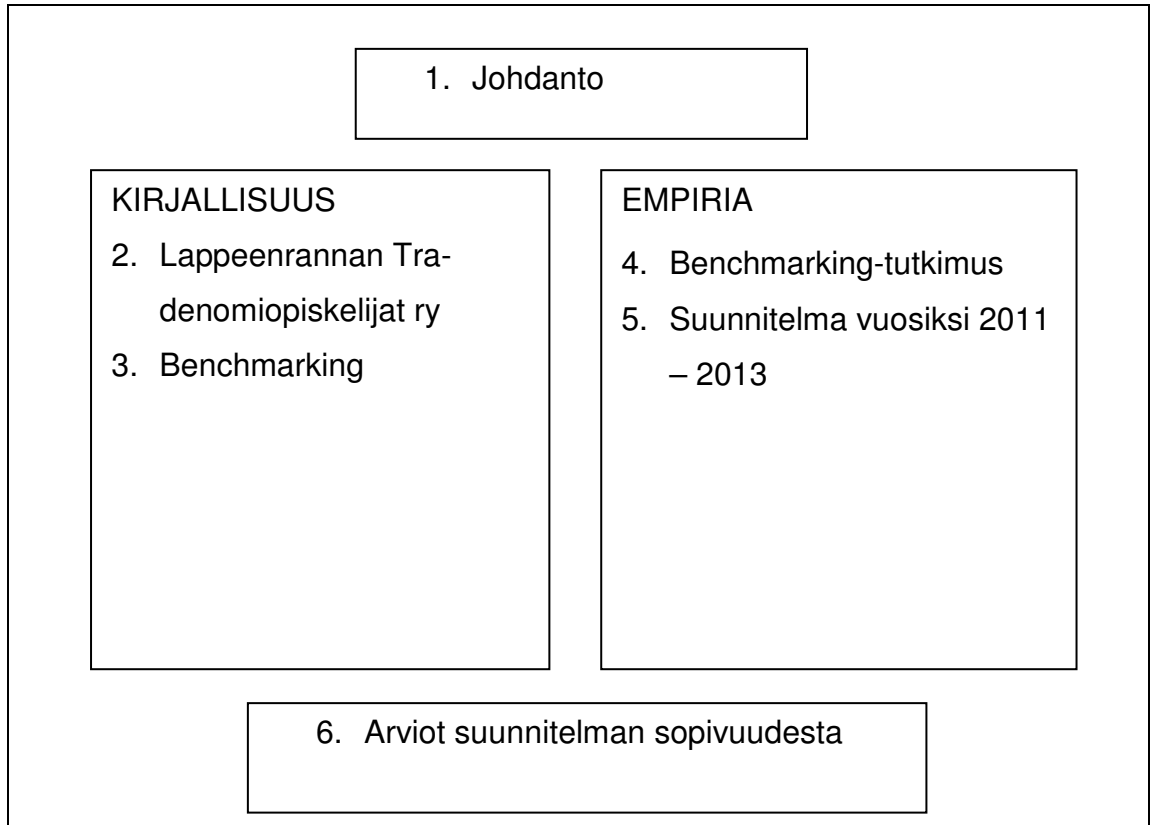
## **1.4 Tutkimusmenetelmä**

Käytin opinnäytetyöni tutkimusmenetelmänä toiminnan kehittämistutkimusotetta. Valitsin tutkimustani varten kaksi tunnettua ja näkyvästi toimivia liikelouden alan opiskelijayhdistystä muista ammattikorkeakouluista. Yhdistysten toimintatapoja tutkimalla oli tarkoitus löytää entistä tehokkaampia, hyväksi todettuja käytäntöjä, joiden avulla LapTOP voisi kehittää toimintaansa.

## 1.5 Viitekehys

Opinnäytetyön johdanto esittelee aiheen taustan, työn tavoitteet ja aihealueen rajaukset. Työn kirjallisuusosa muodostuu luvuista kaksi ja kolme, joissa esitellään Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry:n toimintaa ja benchmarkingin teoriaa.

Empiriaosuus koostuu benchmarking-tutkimuksesta ja toiminnan kehittämissuunnitelmasta. Luvussa neljä suoritetaan benchmarking-tutkimus, jossa analysoidaan LapTOpin nykytilannetta ja verrataan yhdistystä valittuihin esikuvayhdistyksiin. Luvussa viisi yhdistykselle tehdään saatuihin tuloksiin ja markkinointisuunnitelman perusteisiin pohjautuva kehittämissuunnitelma, jossa esitellään vuosina 2011 – 2013 toteutettavat kehityskohteet. Kuudennessa luvussa arvioidaan suunnitelman sopivuutta haastattelemalla opiskelijoita ja esittämällä kehityskohteet yhdistyksen hallitukselle. Alla olevassa kuviossa on esitelty opinnäytetyön viitekehys.



Kuvio 1 Opinnäytetyön viitekehys

## **2 LAPPEENRANNAN TRADENOMIOPISKELIJAT RY**

Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry (LapTOP) on Lappeenrannassa Saimaan ammattikorkeakoulun tiloissa toimiva opiskelijayhdistys. LapTOP on yksi 24:stä Tradenomiopiskelijaliitto ry:n (jäljempänä TROL) jäsenyhdistyksestä. Kaikki TROL:n jäsenyhdistykset kuuluvat korkeasti koulutettujen työmarkkina-keskusjärjestö Akavaan. Jäsenyhdistysten tarkoituksena on valvoa tradenomiopiskelijoiden opiskeluun ja ammattiin liittyviä etuja. (Akava ry; Tradenomiopiskelijaliitto ry.) LapTOP järjestää erilaisia tapahtumia ja toimii vuorovaikutuksessa Saimaan ammattikorkeakoulun oppilaskunnan ja koulun opettajien kanssa. LapTOP ajaa opiskelijoiden asiaa tekemällä aloitteita heitä koskevissa kysymyksissä. (Säännöt 2010.)

LapTOP on aatteellinen yhdistys, joka saa toimintaansa tukea Saimaan ammattikorkeakoululta, oppilaskunta SAIKO:lta sekä hankkimiltaan sponsoreilta. Yhdistys kerää varoja järjestämällä tapahtumia ja olemalla mukana erilaisissa tilaisuuksissa. Kerätyillä varoilla yhdistys järjestää erilaisia aktiviteetteja yhdistyksen jäsenille. (Säännöt 2010.)

### **2.1 Jäsenet ja hallitus**

Yhdistyksen varsinaiseksi jäseneksi päästäkseen opiskelijan on suoritettava tradenomi- tai kansainvälistä Bachelor of Business Administration- eli BBA-tutkintoa Saimaan ammattikorkeakoulussa. Liittyessään LapTOPin jäseneksi opiskelija liittyy samalla automaattisesti myös TROL:n jäseneksi. Opiskelija saa käyttöönsä sekä TROL:n että LapTOPin tarjoamat jäsenedut, joita ovat muun muassa vakuutuslennukset, ilmainen lakineuvonta ja alennus opiskelijahaalareista. Yhdistyksen jäseneksi liittyminen on maksutonta. Jäsenyys päättyy opiskelijan valmistuttua tai keskeytettyä opiskelunsa Saimaan ammattikorkeakoulussa. (Säännöt 2010; Tradenomiopiskelijaliitto ry.)

LapTOPin hallitus muodostuu puheenjohtajasta sekä 2 – 8:sta hallituksen jäsenestä. Hallituksen jäsenten muut tehtävät ovat varapuheenjohtaja, sihteeri, tie-



dotusvastaava, vapaa-aikavastaava, sosiaali- ja koulutuspoliittinen vastaava, varainhoitaja sekä TROL- ja järjestövästava. Hallituksen jäsenet järjestävät kokouksia, toteuttavat niissä esitetyt päätökset ja vastaavat asioista yhdistyksen puolesta. (Hallituskansio 2010; Säännöt 2010.)

## **2.2 Kokoukset**

LapTOP järjestää vuosittain sääntömääräiset kevät- ja syyskokoukset, jotka ovat avoimia kaikille yhdistyksen jäsenille. Kevätkokouksessa esitetään edellisen vuoden tilinpäätös, vuosikertomus sekä tilintarkastajien lausunto. Kokouksessa myönnetään vastuuvapaus edellisvuoden hallitukselle ja muille vastuuvollisille. Syyskokouksessa vahvistetaan toimintasuunnitelma sekä seuraavan vuoden tulo- ja menobudjetti. Samalla yhdistykselle valitaan uusi hallitus ja tilintarkastajat. (Säännöt 2010.)

Hallitus kokoontuu puheenjohtajan kutsusta tai vähintään kolmen hallituksen jäsenen esittäessä kirjallisen vaatimuksen kokoontumisen tarpeellisuudesta. Kokous on päätösvaltainen, kun paikalla on hallituksen puheenjohtaja tai hänen estyneenä ollessaan varapuheenjohtaja sekä vähintään puolet hallituksen jäsenistä. Hallitus saa muodostaa toimikuntia, joiden tehtävän ja kokoonpanon se määrää. (Säännöt 2010.)

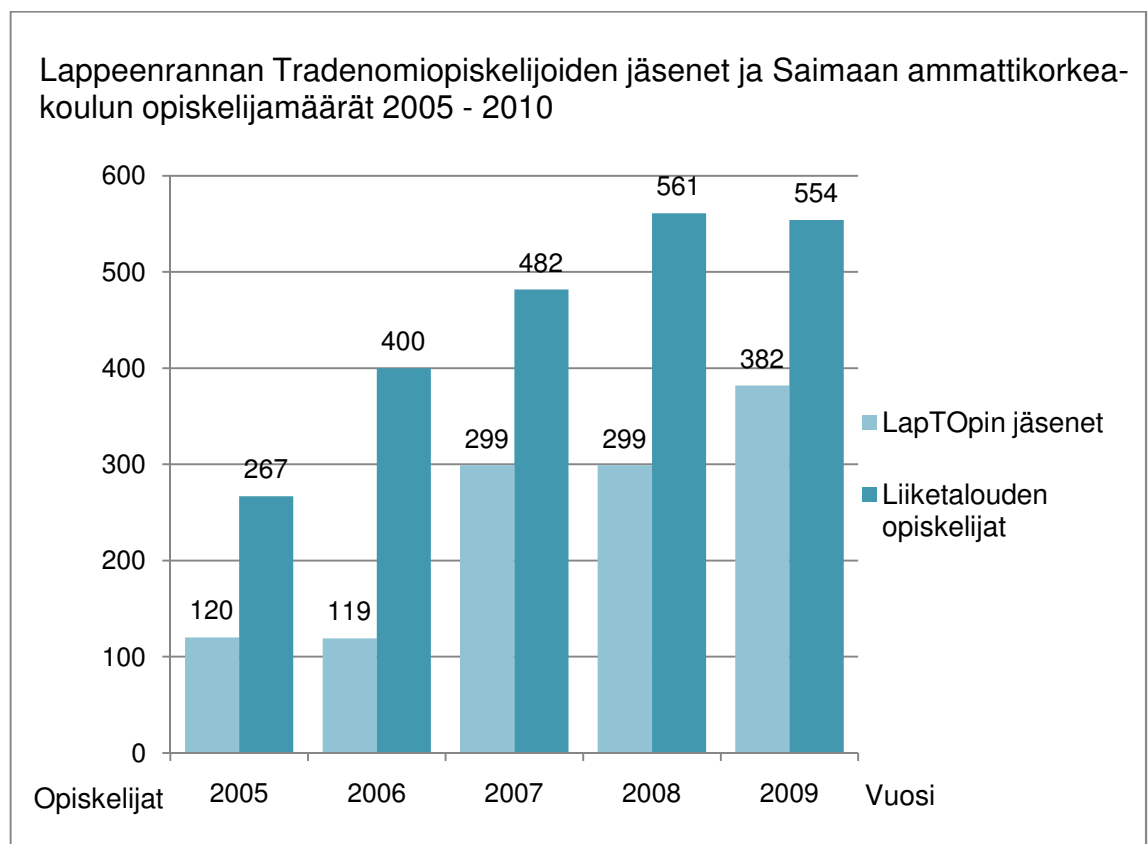
## **2.3 Historia**

Patentti- ja rekisterihallitus hyväksyi päätöksellään LapTOPin rekisteröidyksi yhdistykseksi 15.6.2005. Yhdistykselle luotiin logo ja Internet-sivut, ja yhdistystoimintaa tuotiin esille jakamalla hallituksen jäsenille LapTOPin ja Tradenomiopiskelijaliiton logoilla varustetut paidat. LapTOP esitteli toimintaansa aloittaville luokille ja piti koulun tiloissa rekrytointitapahtuman, jonka tarkoituksena oli hankkia lisää jäseniä. Ongelmana oli saada aloittavien luokkien lisäksi myös ylempien luokkien opiskelijat liittymään yhdistyksen jäseniksi. Vuoden aikana LapTOP sai 120 jäsentä, ja TROL piti jäsenhankintakampanjaa hyvin onnistuneena. (Toimintakertomus 2005.)

Seuraavina vuosina LapTOP hankki uusia jäseniä pitämällä joka syksy esittelytilaisuuksia aloittavien luokkien tutustumispäivinä ja pitämällä oppilaille esittelyluennon yhdistyksestä. LapTOPin jäsenmäärä nousi 382 jäseneen vuoden 2009 loppuun mennessä. Saimaan ammattikorkeakoulun 554:stä liiketalouden, International Business:n ja kansainvälisen kaupan opiskelijasta 69 % oli LapTOPin jäseniä. (Toimintakertomus 2007, 2008 ja 2009; Jäsenluettelo 2009.)

Saimaan ammattikorkeakoulun (vuoteen 2009 asti nimellä Etelä-Karjalan ammattikorkeakoulu) vuosittaiset liiketalouden opiskelijamäärät ovat kasvaneet vuodesta 2005, jolloin LapTOP on perustettu (Lipsanen 2010). Aiemmin osa liiketalouden opiskelijoista kuului Imatran yksikköön, joka ei sisällynyt LapTOPin toiminta-alueeseen (Saimaan ammattikorkeakoulu 2008).

Alla olevassa kuviossa on esitetty LapTOPin jäsenmäärät suhteessa Saimaan ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelijamääriin vuosina 2005 – 2010.



Kuvio 2 Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry:n jäsenmäärän kehitys vuosina 2005 – 2010

LapTOPin jäsenten osuus ammattikorkeakoulun opiskelijoista on vaihdellut vuosittain 30 – 69 prosentin välillä. Vuonna 2009 jäsenten osuus opiskelijamäärästä oli korkeampi kuin koskaan ennen. Yhdistyksen jäsenprosentin vuosittaiseen muutokseen vaikuttanee eniten jäsenhankinnan tehokkuus ja muutokset opiskelijamäärissä. (Lipsanen 2010.) Osa opiskelijoista on liiketalouden opinnot aloittaessaan jonkin toisen ammattiliiton jäsen, eikä siksi halua liittyä LapTOPiin, ja sen kautta ammattiliitto Akavaan. LapTOPin tavoitteena on houkutella muissa liitoissa olevat liiketalouden opiskelijat siirtymään Akavaan, joka ajaa nimenomaan korkeakouluopiskelijoiden etuja. (Akava ry.)

Jäsenhankinnan lisäksi yhdistys järjesti opiskelijoille useita tapahtumia, ja markkinoi niitä pitämällä standeja koulun aulassa ja laittamalla mainoksia koulun seinille. Jokaiselta luokalta valittiin yhteyshenkilöt, jotka levittivät tapahtumista tietoa muille opiskelijoille. Vuonna 2008 tapahtumia alettiin markkinoida myös Internet-yhteisö Facebookissa. Omien tapahtumien lisäksi yhdistys markkinoi vuosittain myös Jookoskookos.com-matkatoimiston järjestämiä laskettelumatkoja Slovakiaan ja Puolaan. Vuosina 2007 – 2009 LapTOP järjesti tapahtumia yhteistyössä Lappeenrannan Insinööriopiskelijoiden (jäljempänä LapIO) kanssa. Yhdistys sai tulonsa pääosin yökerhoissa järjestettyjen tapahtumien lipputuloista. (Toimintakertomus 2007, 2008, 2009.)

LapTOP perusti hallituksen kokouksen päätöksellä vapaa-aikatoimikunnan vuonna 2009. Jäsenistö muodostui hallituksesta ja kuudesta muusta yhdistyksen jäsenestä. Toimikunnan tarkoituksena oli suunnitella ja järjestää erilaisia tapahtumia koulun opiskelijoille, ja panostaa erityisesti päihteettömien tapahtumien järjestämiseen. (Hallituksen kokouksen pöytäkirja 2/09.)

## **2.4 Nykytilanne**

Edelliseen vuoteen verrattuna LapTOPissa tapahtui useita muutoksia, jotka vaikuttivat yhdistyksen talouteen ja aiempiin rutiineihin. LapTOPin toimintasuunnitelman mukaisesti tavoitteena oli näyttäytyä opiskelijoille olemalla mukana tapahtumissa ja pitämällä esittelytilaisuuksia aloittaville luokille. Yhdistys halusi myös kehittää omaa ja hallituksensa toimintaa sekä erityisesti opiskelijoille

suuntautuvaa tiedotustaan. LapTOpin suunnitelmalla oli myös kirjoittaa sopimus tapahtumien järjestämisestä LapIO:n kanssa. LapIO ei uusinnut LapTOpin ja LapIO:n välistä sopimusta, joten LapTOp solmi ensimmäistä kertaa oman, itsenäisen sopimuksensa opiskelijailtojen järjestämisestä ravintola Giggling Marlinin kanssa. (Toimintasuunnitelma 2010.)

Vuoden 2010 aikana LapTOp järjesti itse kolme tapahtumaa:

- LapTOpin 5-vuotisjuhla
- Puistokemisti-gaala ravintola Giggling Marlinissa
- Perinteensiirtoilta uusille ja vanhoille hallituksen jäsenille

(Hallituksen kokouksen pöytäkirjat 15.1. – 26.4.2010; Toimintasuunnitelma 2010.)

Edellisten tapahtumien lisäksi yhdistys oli mukana auttamassa seuraavien tapahtumien toteuttamisessa tai markkinoinnissa:

- Perheelle parasta
- Jookoskookos.com:n järjestämä Hiihtoloma Slovakiassa 2011
- Saimaan ammattikorkeakoulun fuksiais
- Akava Camp – kiertue

(Hallituksen kokouksen pöytäkirjat 15.1. – 26.4.2010; Toimintasuunnitelma 2010.)

Edellä mainittujen tapahtumien lisäksi yhdistyksellä ei ollut muuta toimintaa jäsenilleen ja muille opiskelijoille vuoden aikana. LapIO, sosiaalialalla toimiva LaKOSTE ry (jäljempänä (LaKOSTE) ja Saimaan ammattikorkeakoulun oppilaskunta SAIKO järjestävät aktiivisesti tapahtumia ympäri vuoden ja kilpailevat LapTOpin kanssa tapahtumien osallistujista. Lappeenrannan teknillisellä yliopistolla on myös useita opiskelijatapahtumia, joihin Saimaan ammattikorkeakoulun oppilaat osallistuvat. Koska tapahtumia järjestetään lähes viikoittain kaupungin yökerhoissa, eivät opiskelijat aina ehdi tai jaksaa osallistua tapahtumiin, jolloin järjestävän yhdistyksen pääsylipputulot jäävät saamatta.

Vuoden aikana LapTOpin vanhat Internet-sivut ja sähköpostiosoite päivitettiin ajan tasalle. Yksi hallituksen jäsenistä nimettiin kotisivuvastaavaksi, jonka teh-

tävänä oli lisätä sivustolle ajankohtaisia tietoja ja muokata sivuston ulkoasua tyylikkäämmäksi. Hallituksen tiedotusvastaavalle annettiin tehtäväksi päivittää LapTOPin Facebook-jäsenryhmää ja ilmoittaa jäsenille tulevista tapahtumista. Yhdistyksen logo uudistettiin vaihtamalla se enemmän yhdistystä kuvaavaksi ja entistä selkeämmäksi. (Hallituksen kokouksen pöytäkirjat 15.1. – 26.4.2010.)

LapTOP toimi vuorovaikutuksessa TROL:n kanssa ja sai liiton edustajilta neuvoja yhdistysasioista. LapTOPin jäsenet kävivät aktiivisesti TROL:n järjestämässä koulutuksissa ja tapaamisissa. Yhdistyksen puheenjohtaja ja varapuheenjohtaja osallistuivat säännöllisesti Saimaan ammattikorkeakoulun opiskelijayhdistysten keskinäisiin puheenjohtajakokouksiin, joissa keskusteltiin ajankohtaisista, kaikkia yhdistyksiä koskevista asioista ja yhteistyömahdollisuuksista. (Hallituksen kokouksen pöytäkirjat 15.1. – 26.4.2010.)

Vuoden 2010 lopussa LapTOPin tavoitteena on hankkia uusia jäseniä yhdistyksen ensi kauden hallitukseen, jotta toiminta jatkuisi aktiivisena ja sitä olisi mahdollista kehittää tässä työssä esiteltävän suunnitelman mukaisesti. Riskinä on, ettei hallitukseen saada riittävästi uusia jäseniä, jolloin kehittyminen on vaikeaa riittämättömien resurssien takia. Uusi hallitus valitaan yhdistyksen syyskokouksessa, joten LapTOP markkinoi kokousta näkyvästi ja yrittää saada opiskelijoita osallistumaan kokoukseen ja liittymään mukaan toimintaan.

Seuraavana vuonna LapTOP haluaa lisätä näkyvyyttään ja lisätä tarjoamiaan jäsenetuja, jotta yhä useampi opiskelija tietäisi, miten LapTOP vaikuttaa opiskelijoiden elämään ja millaista toimintaa se heille tarjoaa. Yhdistys haluaa vahvistaa taloudellista tilannettaan järjestämällä tapahtumia ja keräämällä tuloja pääsylippujen myynnistä. LapTOP on suunnitellut seuraavalle vuodelle yhteistyötä muutaman muun TROL:n jäsenyhdistyksen kanssa. (Toimintasuunnitelma 2011.)

Saimaan ammattikorkeakoulu muuttaa syksyllä 2011 Lappeenrannan teknillisen yliopiston kanssa samoihin tiloihin. LapTOPin toiminnassa saattaa tapahtua muutoksia, sillä yhdistys saa esimerkiksi uuden toimiston ja voi järjestää jäsenilleen toimintaa uudessa ympäristössä. (Saimaan ammattikorkeakoulu 2010.)

### 3 BENCHMARKING

Hotasen, Laineen ja Pietiläisen (2001, 7–8) mukaan benchmarking on oppimismenetelmä, jonka tarkoituksena on kehittää omaa toimintaa vertailemalla ja löytämällä parhaita käytäntöjä hyviltä esikuvilta. Esikuvaorganisaation ei välttämättä tarvitse toimia samalla alalla kuin benchmarking-organisaatio; toisinaan muilta toimialoilta hankituilta esikuvilta saadaan parempia tuloksia kuin oman alan esikuvilta. Saatuja tietoja ja taitoja hyödynnetään soveltamalla niitä omaan toimintaan sopiviksi.

Benchmarking-menetelmä mahdollistaa nopean kehityksen ja hyvien menettelytapojen soveltamisen organisaatiolta toiselle. Sen avulla on mahdollista löytää täysin uusia toimintatapoja, eikä ainoastaan paikata epäkohtia nykyisissä toiminnoissa. Menetelmä lisää organisaatioiden välistä verkostoitumista ja selvittää, mikä on organisaation toiminnan nykytila. Vertaamalla omaa organisaatiota ja esikuvaa ja analysoimalla nykytilaa on helppo löytää omat vahvuudet ja heikkoudet. Nykytila-analyysillä selvitetään, millaiseen kehitykseen organisaatiolla on resursseja yltää. Saatuja kehitysideoita voidaan benchmarkingin ansiosta toteuttaa kustannustehokkaasti lyhyessä ajassa. (Hotanen ym. 2001; Kozak 2004.)

Bendellin (1993) mukaan benchmarkingin oletetaan saaneen alkunsa 1950-luvulla, kun japanilaiset liikemiehet alkoivat vieraillla länsimaisten kollegojensa luona tarkoituksenaan sisäistää uusimpia teknologia- ja yrityskäytäntöjä. Cookin (1995) mukaan alussa tutkittiin lähinnä yritysten myyntisuorituksia sekä heikkouksia ja vahvuuksia verrattuna muihin saman alan toimijoihin. Benchmarkingin suosio nousi 1960- ja 1970-luvulla lisääntyneen informaatioteknologian myötä. Menetelmään kiinnitettiin entistä enemmän huomiota, kun Xerox alkoi tarkkailla kilpailijoidensa toimintatapoja vuonna 1979. Seuraavalla vuosikymmenellä benchmarkingia alettiin pitää hyödyllisenä keinona saavuttaa jatkuvaa parannusta prosessien kehityksessä. R.C. Camp julkaisi ensimmäisen benchmarking-opaskirjan vuonna 1989. Kirjan avulla menetelmä alkoi levitä laajasti

useille eli toimialoille, ja sitä alettiin pitää laadukkaana tapana parantaa olemassa olevia käytäntöjä. (Kozak 2004, 9.)

### **3.1 Yleisimmät benchmarking-tavat**

Campin (1989) ja Zairin (1992) mukaan benchmarking jaetaan kolmeen pääkategoriaan, joita ovat sisäinen, ulkoinen ja toiminnallinen benchmarking. Benchmarking-prosessi on samanlainen jokaisessa kategoriassa, mutta eroja ilmenee lähinnä siinä, ketkä ovat benchmarkingissa mukana. (Kozak 2004, 10.) Sisäisessä benchmarkingissa organisaation eri osastot, tytäryhtiöt tai franchising-yritykset toimivat vuorovaikutuksessa keskenään. Ulkoinen benchmarking tarjoaa mahdollisuuden oppia parhaat käytännöt ja kokemukset alan johtavilta organisaatioilta. Toiminnallisessa benchmarkingissa tarkkaillaan esikuvia, joilla on organisaation kanssa samankaltaisia prosesseja, mutta jotka eivät yleensä toimi samalla alalla kuin organisaatio itse. (Kozak 2004.)

#### **3.1.1 Sisäinen benchmarking**

Kaikki benchmarking-prosessit alkavat yleensä sisäisellä benchmarkingilla, jossa organisaatio tutkii aluksi omaa tilaansa ja saa siitä perustan itsensä vertaamiseen toisiin, ulkoisiin esikuviin. Sisäinen benchmarking on helppo aloittaa vertailemalla suorituskyykyä tulokseen, vaikka kyseistä tunnuslukuvertailua ei varsinaisesti lueta benchmarking-tavaksi. Vertailun avulla ei saada selville toiminnan vahvuuksia tai sitä, miten suoritus on saatu aikaan. (Hotanen ym. 2001; Cross, Leonard 1994; Breiter, Kline 1995, Kozakin 2004, 10 mukaan)

Organisaation sisäisessä vertailussa selviää, kuinka erilaisia toimintoja suoritetaan milläkin osa-alueella. Vertailulla voidaan melko helposti saavuttaa huomattavaa kehitystä omassa toiminnassa, mutta toisaalta sen tuomat hyödyt eivät yleensä ole yhtä suuria kuin ulkoisessa benchmarkingissa. (Patterson 1995.) Jollakin organisaation osalla voi olla muita parempia suoritustapoja, joilta toiset voivat ottaa mallia. Opitut tiedot ja taidot saadaan yleensä käyttöön pienillä resursseilla lyhyessä ajassa. (Kozak 2004, 10.)

### 3.1.2 Ulkoinen benchmarking

Pattersonin (1995) mukaan ulkoinen benchmarking voi olla kilpailijabenchmarkingia, jossa vertaillaan samalla alalla toimivia, keskenään kilpailevia organisaatioita. Vertailussa keskitytään yleensä kilpailijan avaintuotteeseen tai prosessiin, joka on verrattavissa organisaation omaan tuotteeseen tai prosessiin. Cook (1995) on todennut kilpailijabenchmarkingista olevan eniten hyötyä suurille organisaatioille, sillä niillä on useimmiten enemmän resursseja tukea jatkuvaa kehitystä. (Kozak 2004, 11.)

Kilpailijaorganisaation asettaminen benchmarking-esikuvaksi on haasteellista, sillä Vazirin (1992) mukaan tietoja ei anneta mielellään kilpailevalle taholle, eikä esikuva halua jakaa parhaita käytäntöjään kilpailijansa kanssa. Karlöfin ja Ostblomin (1993) mukaan menetelmän riskinä on, että kohteena olevan prosessin kehittämisen sijasta benchmarking-organisaatio alkaakin hyödyntää jotakin esikuvan ainutlaatuista tekijää, jonka avulla esikuva erottuu muista organisaatioista. (Kozak 2004, 11.)

Jos kilpailijaorganisaatio ei ole kiinnostunut yhteistyöstä, organisaatio voi hankkia esikuvastaan tietoa epäsuorasti esimerkiksi julkisista raporteista, lehtiartikkeleista ja omilta sidosryhmiltään. Shadow-benchmarkingiksi kutsuttu menetelmä on normaalia kilpailijabenchmarkingia kalliimpi, ja siinä hyödyllisten tietojen ja taitojen hankkiminen on haastavaa, koska organisaatio ei tee virallisesti benchmarking-yhteistyötä kilpailijan kanssa. (Patterson 1995.)

Kumppanuusbenchmarking toimii vaihtoehtona kilpailijabenchmarkingille. Se on organisaation yhteistyökumppanin kanssa toteutettua ulkoista benchmarkingia. Menetelmässä osapuolet luottavat toisiinsa, sillä ne voivat oppia toisiltaan ja vaihtaa tai kehittää parhaita käytäntöjään, jotka hyödyttävät kumpaakin osapuolta. Toisena osapuolena toimii yleensä jokin organisaation sidosryhmä tai toinen saman alan organisaatio, jonka kanssa on aiemminkin tehty yhteistyötä. (Hotanen ym. 2001, 9; Kozak 2004.)



Kilpailijabenchmarkingin toinen vaihtoehto on prosessipohjainen benchmarking, jossa kaksi organisaatiota toimii vuorovaikutuksessa keskenään riippumatta omista toimialoistaan. Benchmarkingissa keskitytään ainoastaan johonkin tiettyyn prosessiin, jota halutaan kehittää. Organisaatiot oppivat toisiltaan vertailemalla samankaltaisia prosessejaan ja niiden suoritustapoja keskenään. (Hotanen ym. 2001, 9.)

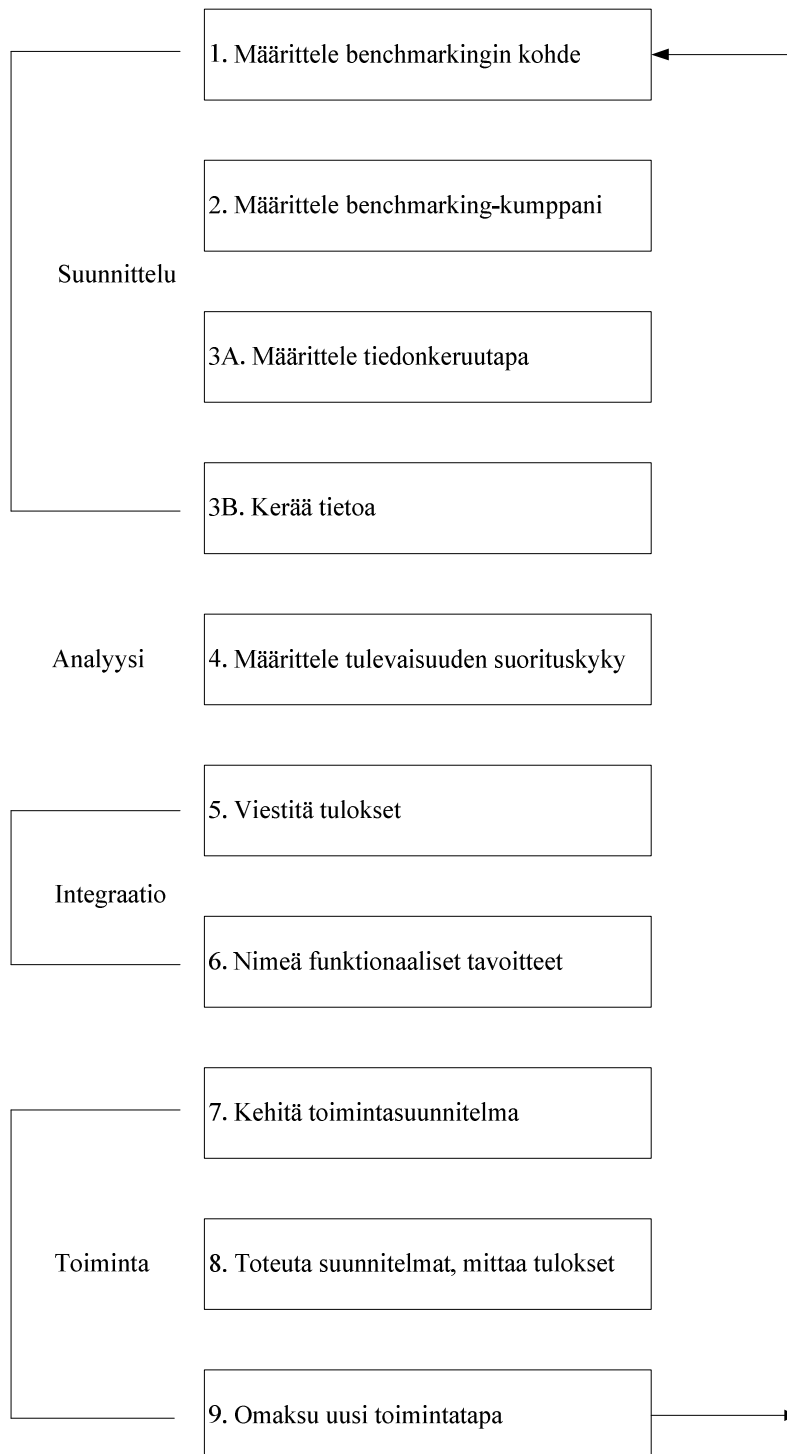
### **3.1.3 Toiminnallinen benchmarking**

Toiminnallisessa benchmarkingissa organisaatio ei yleensä kilpaile esikuvaorganisaationsa kanssa samalla alalla. Menetelmässä vertaillaan esikuvia, joilla on erittäin hyvä suorituskky tutkittavalla osa-alueella. Toiminnallinen benchmarking eroaa prosessipohjaisesta benchmarkingista siinä, että tietyn prosessin sijasta tarkastellaan esikuvan toimintojen eroja organisaation omiin toimintoihin. Daviesin (1990) sekä Breiterin ja Klinen (1995) mukaan eri toimialojen organisaatioiden toiminnassa on useita samankaltaisuuksia, joita on mahdollista kehittää hyödyntämällä toiminnallista benchmarkingia. Eri alalla toimivalta esikuvalta on useimmiten helpompi saada tietoja kuin saman alan organisaatiolta, koska tällöin benchmarking-organisaatiota ei pidetä kilpailijana. (Kozak 2004, 11.)

Toiminnallinen benchmarking vaatii paljon etukäteisvalmisteluita ja aikaa, ennen kuin siinä saadaan aikaan tuloksia. Ongelmia saattavat aiheuttaa esimerkiksi eri kulttuureissa toimivat esikuvat, jolloin saatua tietoa ja käytäntöjä voi olla hankala soveltaa oman organisaation toimintaan. Organisaatioilla saattaa esimerkiksi olla käytössään erilaisia järjestelmiä ja teknisiä valmiuksia, joita on hankala verrata toisiinsa. Vertailukohteen valinta on suoritettava huolellisesti, ja valintatilanteessa on mietittävä, onko kohteen avulla mahdollista löytää vertailukelpoisia tuloksia. Menetelmässä voi olla suuria riskejä, mutta samalla myös suuria mahdollisuuksia, sillä uusia käytäntöjä ei välttämättä ole aiemmin hyödynnetty omalla toimialalla. (Patterson 1995; Karlöf ym. 2003.)

### 3.2 Benchmarking-prosessi

Prosessin vaiheet on mukailtu R.C. Campin benchmarking-mallista opinnäyte-työhön sopiviksi:



Kuvio 3 Benchmarking-prosessi. Kuvio on mukailtu Campin (1995, 20) mallista.

### 3.2.1 Suunnittelu

Benchmarking-prosessi alkaa kehityskohteen valinnalla. Valinnan on tuettava organisaation johdon, omistajien ja muiden sidosryhmien päämääriä. Organisaation johdon on oltava valinnan takana koko prosessin toteuttamisen ajan, ja kehityskohteen aihe on rajattava riittävän selvästi, jotta se tukee toteuttamista. Hyvän aiheen löytäminen lähtee hyvästä ideasta, joka on helppo ymmärtää ja mahdollista toteuttaa lyhyessä ajassa. (Hotanen ym. 2001, 14–24.)

Kehityskohteita voi löytää useilla eri menetelmillä, kuten SWOT-analyysilla, asiakas- ja henkilöstökyselyillä tai tutkimalla vuosittaisia toimintasuunnitelmia. Yleensä organisaatiossa halutaan vahvistaa olemassa olevia vahvuuksia ja kilpailuetuja, tai valita aihe, jossa on suuria ongelmia tai kehitystarpeita. Suuria kustannuksia aiheuttavia prosesseja voidaan benchmarkata kustannustehokampien tapojen löytämiseksi. Toisinaan kehityskohteena voi olla organisaatiolle täysin uusi, esikuvaorganisaatiossa toimiva prosessi, joka halutaan ottaa käyttöön myös omassa toiminnassa. (Patterson 1995; Hotanen ym. 2001, 21–22.) Tämän tutkimuksen tärkeimpänä kehityskohteena on yhdistyksen jäsenmäärän lisääminen. Kohde valittiin analysoimalla LapTOpin heikkouksia ja vahvuuksia ja pohtimalla, mitä osa-alueita yhdistyksen kannattaisi kehittää.

Benchmarking-kumppanin eli esikuvan valinnassa voidaan hyödyntää olemassa olevia yhteistyökumppaneita ja muita liiketoiminnan kontakteja. Opinnäytetyöhön valitut esikuvat olivat LapTOpin kanssa jatkuvassa yhteistyössä toimivia yhdistyksiä. Kumppanille esitetään, mitä hyötyä yhteistyöstä on kummallekin osapuolelle, mitkä organisaatiot ja jäsenet ovat mukana benchmarkingryhmässä, ja miten aiheeseen on perehdytty etukäteen. Samalla esikuvaorganisaatiolle esitellään suunniteltu benchmarking-prosessi ja benchmarkingin eettiset periaatteet. (Hotanen ym. 2001, 36–37.)

Kun kehityskohde ja benchmarking-kumppani ovat selvillä, on määriteltävä prosessille sopiva tapa kerätä tietoa. Osa halutuista tiedoista saadaan yleensä julkisista asiakirjoista, kuten tässä tapauksessa yhdistysten Internet-sivustoilta. On kuitenkin huomioitava, että benchmarkingissa ei tavoitella pelkkiä määrällisiä

tietoja jonkin prosessin suorituskyvystä tai tuloksista, vaan halutaan löytää parhaat käytännöt prosessin suorittamiseksi. (Camp 1989, 4–6.) Tässä tutkimuksessa tiedonhankinta suoritettiin yhdistysten Internet-sivustojen vertailun lisäksi haastattelemalla hallituksen jäseniä.

Prosessin aikana kokoon saatu tieto kirjataan muistiin, jotta nähdään, kuinka paljon resursseja prosessin eri vaiheiden toteuttamiseen tarvitaan. Vastuuhenkilöille selvennetään, minkä tehtävän kukin ryhmän jäsen hoitaa ja millainen aikataulu tehtävällä on. Tarvittaessa ryhmän jäsenille järjestetään perehdyttämismennusta tai hankitaan asiantuntijoita antamaan neuvoja tehtävien suorittamisesta. (Hotanen ym. 2001, 31–32.)

Suunnitteluvaiheessa huomioidaan myös kriittiset tekijät, jotka voivat vaikuttaa ratkaisevasti suunnitelman toteutukseen. Opinnäytetyön keskeinen tavoite on toiminnan kehittämissuunnitelman luominen. Asetetut tavoitteet saattavat epäonnistua, esimerkiksi jos tarvittavia tietoja tai taitoja ei ole saatavilla, asetettu aikataulu on liian tiukka tai organisaatiolla ei ole resursseja toteuttaa tavoitteitaan. Organisaatiolla on oltava realistinen kuva omasta nykytilanteestaan ja resursseistaan, jotta suunnitelma voisi onnistua. (Hotanen ym. 2001, 24–33.)

### **3.2.2 Analyysi**

Vaihe alkaa oman organisaation nykytilan kuvauksella sekä toimintojen tarkalla analysoinnilla, joka tässä opinnäytetyössä toteutettiin LapTOPin nykytilannetta käsittelevässä luvussa 2.4. Tutkimalla toimintoja saadaan selville toiminnan vahvuudet ja heikkoudet ja löydetään uusia muutos- ja parannusvaihtoehtoja. Analyysivaiheessa tutkitaan oman nykytilan lisäksi esikuvaorganisaatioita ja pohditaan, miksi ne ovat parempia ja kuinka paljon ne ovat omaa organisaatiota parempia. (Camp 1989, 4–6; Patterson 1995; Hotanen ym. 2001, 26.) LapTOPin nykytilan analysoinnin lisäksi opinnäytetyössä keskityttiin vertailemaan LapTOPin ja esikuvayhdistysten välisiä eroja jäsenhankinnassa ja siihen vaikuttavassa toiminnassa.

Organisaatiossa selvitetään, mitkä ovat esikuvan nykyisiä sekä mahdollisesti tulevia parhaita käytäntöjä ja sitä, miten niitä voidaan sisällyttää oman organisaation toimintaan. Saaduista tuloksista tehdään yhteenveto sellaisessa muodossa, että sitä voidaan verrata omiin tuloksiin. Yhteenveto määrittelee eroavaisuudet organisaatioiden välillä ja määrää suunnan sille, mitä benchmarkingissa tavoitellaan. (Camp 1989, 4–6; Patterson 1995; Hotanen ym. 2001, 46.)

### **3.2.3 Integraatio**

Campin (1989, 4–6) mukaan integraatio-vaiheessa löydettyt parhaat käytännöt sulautetaan muutostavoitteiksi organisaation toimintoihin tarkan suunnittelun jälkeen. Vaiheen tavoitteena on saavuttaa organisaation johdon ja työntekijöiden hyväksyntä benchmarkingin tuloksille. Tuki saadaan osoittamalla saadut havainnot oikeiksi selkeällä ja vakuuttavalla tavalla. On tärkeää, että koko organisaatio on tietoinen meneillään olevasta benchmarking-prosessista, jotta kaikki osapuolet osaisivat sopeutua uusiin käytäntöihin ja hyödyntää niitä mahdollisimman tehokkaasti. Opinnäytetyön integraatiovaihe on käsitelty luvussa viisi, jossa on esitelty teoriassa yhdistyksen kehityskohteet seuraaville kolmelle vuodelle.

### **3.2.4 Toiminta**

Prosessin viimeisessä vaiheessa organisaatio aktivoidaan toimimaan uuden käytännön vaatimalla tavalla. Käytäntöä ja sen tuloksia seurataan ja uudistetaan jatkuvasti, jotta kehitys ei pysähtyisi yhteen aikaansaatuun uudistukseen. Prosessille tehdään toimintasuunnitelma, ja sille asetetaan jatkuvasti uusia välitavoitteita. Organisaation johdon tehtävänä on perehdyttää kaikki osapuolet toimimaan uudella tavalla. Prosessin kehityksestä raportoidaan johdolle säännöllisin väliajoin. (Camp 1989, 4–6; Hotanen ym. 2001, 46–47.) Toimintavaiheeseen kuuluva käytännön toteutus ja siihen kuuluva vuosittainen seuranta ei sisälly opinnäytetyöhön vaan jää yhdistyksen itsensä toteutettavaksi.

## 4 BENCHMARKING-TUTKIMUS

LapTOpille tehdyn benchmarking-tutkimuksen lähtökohtana oli R.C. Campin (1995, 20) benchmark-prosessin kulkukaavio, jota oli mukailtu opinnäytetyön vaatimukseen soveltuvaksi.

### 4.1 Tutkimuksen kulku

Suunnitteluvaiheen alussa pohdittiin sopivaa kehitystavoitetta, jonka avulla LapTOp voisi edistää toimintaansa. Kohteeksi päätettiin valita yhdistyksen jäsenmäärän lisääminen. Suunnitelmasta kerrottiin LapTOpin hallitukselle, joka piti sitä hyödyllisenä yhdistyksen toimintaa ajatellen.

Benchmarking-kumppaneiksi haluttiin kaksi toisilla paikkakunnilla sijaitsevaa, tunnettua ja näkyvästi toimivaa opiskelijayhdistystä, joiden toiminnasta olisi mahdollista oppia uusia käytäntöjä. Valinta tehtiin omien ennakkotietojen ja -oletusten perusteella sekä vertailemalla yhdistysten Internet-sivuja. Esikuvayhdistyksiksi valittiin Mikkelin Tradenomiopiskelijat ry (jäljempänä MTO) ja Haaga-Helian liiketalouden opiskelijat ry eli Talko ry (jäljempänä Talko). Benchmarking-tavaksi valittiin kumppanuusbenchmarking, sillä LapTOp ja valitut esikuvat ovat Tradenomiopiskelijaliiton jäsenyhdistyksiä ja toimivat jatkuvassa vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. Esikuvayhdistykset olivat kiinnostuneita benchmarking-prosessista ja auttoivat mielellään sen toteutuksessa.

Tiedonkeruutavaksi valittiin yhdistysten hallitukselle lähetettävä sähköposti, jossa oli kysymyksiä valittuun kehityskohteeseen liittyvistä asioista (Liite 1). Sähköpostikyselyjen lisäksi tietoa oli mahdollista kerätä puhelinhaastatteluilla, jos siihen ilmeni tarvetta. Yhdistyksistä kerättiin ennakkotietoja tutkimalla Internet-sivuja.

Analyysivaiheessa tarkasteltiin opinnäytetyön luvun 2.4 tietoja LapTOpin nykytilanteesta ja tulevaisuuden suorituskyvystä. LapTOpin heikkouksina voidaan pitää nykyisiä resursseja sekä aktiviteettien ja jäsenetujen vähäistä määrää.

Yhdistyksen vahvuutena voidaan pitää halua kehittyä. Yhdistyksen toimintaa verrattiin haastatteluissa saatuihin vastauksiin esikuvien toiminnasta (Liite 2). Alla olevassa taulukossa on vertailtu yhdistysten toimintoja toisiinsa analyysia varten.

Taulukko 1 Vertailu yhdistysten välillä

	<b>Talko ry</b>	<b>MTO ry</b>	<b>LapTOp ry</b>
<b>Jäsenprosentti</b>	40 %	n. 70 – 80 %	69 %
<b>Jäsenedut</b>	Alennukset pääsylimpuista, jääkiekko-otteluista, elokuva-lypista, haalarimerkeistä ja Editan oppikirjoista, ilmainen risteily	Alennukset opiskelijakahvioissa, pikkujoulut	Alennus opiskelija-haalareista
<b>Jäsenmaksu</b>	20 €	0 €	0 €
<b>Jäsenhankinta</b>	Yhdistysesittelyt uusille opiskelijoille	Rekrytointipäivät, yhdistysesittelyt, keskustelu opiskelijoiden kanssa	Yhdistysesittelyt uusille opiskelijoille
<b>Yhdistyksen toiminta (2010)</b>	Haalarinkastajaiset, rastikilpailut, sitsit, risteilyt, vuosijuhla, päivystys toimistolla, yhteistyökokoukset opiskelijoiden ja henkilökunnan välillä	Iltaaapahtumat ravintoloissa, muut tapahtumat, Slovakian hiihtolomamatkan markkinointi, kyykkä, pikkujoulut	Iltaaapahtumat ravintoloissa, vuosijuhla, perinteensiirtoilta, Slovakian hiihtolomamatkan markkinointi
<b>Tiedotus</b>	Mainokset, standit, Facebook-ryhmä, blogi, sähköpostitiedotte, luokka-aktiivit, koulun tiloissa esillä oleva lehti	Mainokset, standit, Facebook-ryhmä, koulun intranet	Mainokset, standit, Facebook-ryhmä
<b>Varainkeruu</b>	Pääsylimput, jäsenmaksut, haalarimerkit, rintanapit, kirjat	Pääsylimput, Tradenologian sponsorit	Pääsylimput, haalarimerkit, sponsorit, tapahtumissa auttaminen

Tutkimuksessa löydettyt parhaat käytännöt sovellettiin integraatiovaiheessa LapTOpin toimintaan sopiviksi muodostamalla toiminnan kehittämissuunnitelma tavoitteiden ja strategioiden pohjalta. Suunnitelma esitettiin yhdistyksen hallitukselle, ja saavutetut tulokset ja kehitysideat annettiin sen käyttöön toteutusta varten.

## **4.2 Talko ry**

Haaga-Helian ammattikorkeakoulussa, jossa Talko toimii, on Saimaan ammattikorkeakouluun verrattuna yli kolminkertainen määrä opiskelijoita. Haaga-Helian yksiköissä toimii kuitenkin kolme eri tradenomiopiskelijayhdistystä, joten osa liiketalouden opiskelijoista jakautuu suuntautumisensa perusteella Talkon sijasta muihin opiskelijayhdistyksiin. (Tradenomiopiskelijaliitto ry; Tilastokeskus 2007.)

Talko hankkii jäseniä pitämällä yhdistysesittelyjä uusille oppilaille, joten jäsenhankinta on melko samanlaista kuin LapTOpilla. Talkoon liittyminen maksaa 20 euroa, mutta jäsenmaksu sisältää esimerkiksi ilmaisen opiskelijaristeilyn ja muita jäsenetuja, joiden avulla jäsenyys maksaa itsensä takaisin. Jäseniä on noin 40 % potentiaalisista jäsenehdokkaista. (Ahonen 2010.)

Talkon Internet-sivustolla esitellään TROL:n tarjoamien etujen lisäksi Talkon omat jäsenedut, joita ovat:

- Jäsenetu Talkon järjestämiin tapahtumiin (esimerkiksi alennus pääsylipusta tai ilmainen haalarimerkki)
- Alennuksia jääkiekko-ottelujen ja Finnkinon elokuvalippujen hinnoista
- Alennuksia TalkoShopin tuotteista
- Ilmaislippu Talkon järjestämälle Fuksiristeilylle
- Alennus Talkon kautta tilatuista Editan oppikirjoista

(Talko ry.)

Yhdistys järjestää vuosittain useita opiskelijatapahtumia ja niiden lisäksi yhteistyökokouksia opiskelijoiden ja koulun henkilökunnan välillä. Talkon järjestämiä



tapahtumia ovat esimerkiksi haalarinkastajaiset, rastikilpailut, vuosijuhlat ja ris-teilyt. Tapahtumista tiedotetaan mainosjulistilla ja levittämällä tietoa koulussa esimerkiksi luokka-aktiivien välityksellä. Yhdistys mainostaa tapahtumiaan myös Facebookissa, sähköpostitse lähetettävässä TalkoNews-tiedotteessa ja halli-tuksen jäsenten kirjoittamassa Talkoholistin blogissa. Talkolla on Haaga-Helian tiloissa kaksi omaa ilmoitustaulua sekä koulussa esillä oleva lehti, jossa tiedote-taan ajankohtaisista asioista. (Ahonen 2010; Talko ry.)

Talko järjesti seuraavat tapahtumat vuonna 2010:

- Munabileet
- HotHot SitSit
- Haalarinkastajaiset eli Waraslähtö Wappuun
- Mushroom Hunt
- Talkon kevätjuhla
- Back 2 Business (2 kertaa vuodessa)
- Maljannostajaiset
- Vuosijuhla
- Talkon Fuksiristeily
- The Beach Party

(Facebook 2010a.)

Talko hankkii suurimmat tuottonsa tapahtumista saatavista lipputuloista. Yhdis-tys kerää varoja myös jäsenmaksuilla sekä myymällä haalarimerkkejä, rin-tanappeja ja kirjoja. Yhdistyksen toimisto on avoinna neljänä päivänä viikossa, joten opiskelijat voivat viettää siellä aikaansa tai käydä ostamassa Talkon myy-miä tuotteita. (Ahonen 2010; Talko ry.)

#### **4.3 Mikkelin Tradenomiopiskelijat ry**

Mikkelin Tradenomiopiskelijat ry eli MTO toimii Mikkelin ammattikorkeakoulus-sa. Yhdistyksen jäseneksi liittyminen on maksutonta opiskelijoille. Koulun liike-talouden opiskelijoista noin 70 – 80 prosenttia kuuluu MTO:hon, joten yhdistyk-

sen jäsenten osuus koulun opiskelijoista on hieman suurempi kuin LapTOpilla. Uusia jäseniä hankitaan järjestämällä yhdistysesittelyitä ja pienimuotoisia rekrytointipäiviä. Hallituksen jäsenet keskustelevat koulussa näkemiensä opiskelijoiden kanssa ja mainostavat samalla yhdistyksen jäsenyyttä. (Kuitunen 2010.)

Tapahtumia markkinoidaan levittämällä niistä sanaa opiskelijoiden keskuudessa. Muita MTO:n käyttämiä markkinointikeinoja ovat yhdistyksen Facebook-ryhmä, mainosjulisteet ja koulun intranet. TROL:n tarjoamien jäsenetujen lisäksi MTO:n jäsenille järjestetään pikkujoulut, ja he saavat alennusta opiskelijakahvioista kahdessa koulun rakennuksessa. (Kuitunen 2010, Mikkelin Tradenomiopiskelijat ry.)

MTO:n järjestää vuosittain useita tapahtumia koulun opiskelijoille. Osa tapahtumista toteutetaan yhteistyössä muiden koulun opiskelijayhdistysten, MARA ry:n ja MIO ry:n, kanssa. (Facebook 2010b.)

Vuonna 2010 MTO järjesti seuraavat tapahtumat:

- Nasty Night (pari kertaa vuodessa)
- CV-klinikka
- Vappu Labralla
- Tradenomiopiskelijoiden haalarinkastajaiset
- Tradenologia
- Spacebileet
- Pikkujoulut

(Facebook 2010b.)

Edellä mainittujen tapahtumien lisäksi MTO järjesti jäsenilleen ekskursioita, peli-iltoja ja erilaisia informaatiotilaisuuksia. Yhdistys keräsi tuloja tapahtumien sisäänpääsymaksuista ja Tradenologia-tapahtuman sponsoreilta. MTO teki yhteistyötä TROL:n ja Jookoskookos.com-matkatoimiston kanssa ja markkinoi opiskelijoille hiihtolomamatkoja Slovakiaan. (Kuitunen 2010; Mikkelin Tradenomiopiskelijat ry.)

## 5 SUUNNITELMA VUOSIKSI 2011 – 2013

Toiminnan kehittämissuunnitelma tehtiin sekä suoritettua benchmarking-tutkimusta että markkinointisuunnitelman perusteita soveltaen. Tässä suunnitelmassa on huomioitu yhdistyksen erityispiirteet verrattuna voittoa tuottaviin organisaatioihin ja keskitytty luomaan juuri LapTOpin tarpeita vastaava suunnitelma.

### 5.1 Markkinointisuunnitelma

Vuokon (2003, 122) mukaan hyvä markkinointisuunnitelma huomioi olemassa olevat resurssit ja auttaa yhdistystä toteuttamaan tavoitteensa. Suunnitelman perustana ovat aiemmat teot ja suunnitelmat. Hyvin tehty suunnitelma vastaa seuraaviin kysymyksiin:

1. Tilanneanalyysi: Missä olemme?
2. Ongelmien ja mahdollisuuksien havaitseminen: Mihin pitää tai kannattaa puuttua?
3. Tavoitteiden määrittely: Mihin haluamme olla menossa?
4. Markkinoinnin strategiset päätökset: Mitä haluamme olla ja kenelle?
5. Markkinoinnin taktinen suunnittelu: Mitä toimenpiteitä toteutamme, mitä keinoja käytämme?
6. Markkinoinnin budjetointi: Mitä resursseja meillä on käytettävissämme?
7. Organisointi ja aikataulujen tekeminen: Kuka tekee mitäkin ja milloin?
8. Ohjaus ja valvonta: Miten pidämme huolta siitä, että pysymme oikeassa suunnassa?

LapTOpin tilanneanalyysi esitettiin opinnäytetyön luvussa 2.4. Vuonna 2010 yhdistyksen toiminnassa tapahtuneita muutoksia olivat esimerkiksi yhteistyön lopettaminen LaplOn kanssa ja LapTOpin vanhan logon vaihto uuteen. Tilanneanalyysin jälkeen yhdistyksen toiminnalle asetettiin tavoitteet. Toiminnan päätaavoitteeksi asetettiin kvantitatiivinen eli määrällinen tavoite, joka oli yhdistyksen jäsenmäärän lisääminen. Tavoitteeseen pyrittiin benchmarking-tutkimuksen avulla luodulla kehittämissuunnitelmalla, johon oli määritelty suoritettavat kehityskohteet vuosille 2011 – 2013. Jäsenmäärän lisääminen auttaa yhdistystä

saavuttamaan kvalitatiivisia eli laadullisia tavoitteita, kuten näkyvyyden lisääntymisen opiskelijoiden keskuudessa. On helpompi saada opiskelijoita mukaan yhdistyksen toimintaan, kun toiminta on näkyvää ja yhdistys on jatkuvasti esillä. (Lahtinen & Isoviita 1998, 38; Vuokko 2003, 123.)

Vuokon (2003, 140) mukaan segmentointi tarkoittaa markkinoinnin kohderyhmien jakamista toiminnan suunnittelun kannalta sopiviin ryhmiin. LapTOPin pääkohderyhmään kuuluvat Saimaan ammattikorkeakoulun liiketalouden ja International Business:n opiskelijat, jotka kaikki ovat yhdistyksen potentiaalisia jäseniä. Tapahtumamarkkinoinnissa LapTOPin kohderyhmänä ovat kaikkien alojen opiskelijat.

Koska tutkimuskohde on voittoa tavoittelematon yhdistys, ei sille ole asetettu markkinointibudjettia. Tavoitteena on kattaa kehityssuunnitelmasta aiheutuvat kustannukset sponsoreilta saaduilla rahoilla ja keräämällä lipputuloja yhdistyksen järjestämistä tapahtumista. Vaikka LapTOP ei tavoittele voittoa, se haluaa saada jokaisella toimintakaudellaan tuloja kehittääkseen toimintaansa ja toteuttaaakseen investointeja.

Toiminnan kehittämissuunnitelma jaettiin seuraavalle kolmelle vuodelle, sillä kehityskohteita ei ole mahdollista toteuttaa sitä lyhyemmässä ajassa nykyisillä resursseilla. Yhdistyksen jäsenhankintaan on kiinnitettävä joka vuosi yhtä paljon huomiota. Tavoitteena on saada mahdollisimman suuri osa opiskelijoista yhdistyksen jäseniksi ja kasvattaa jäsenmäärää vuosi vuodelta. Jäsenhankinta keskitetään syksyyn, jolloin markkinoidaan uusille, juuri aloittaneille opiskelijoille jäsenetuja ja muita jäsenyydestä saatavia hyötyjä.

Asetettujen tavoitteiden saavuttaminen on yhdistyksen hallituksen vastuulla. LapTOPin hallitus saa kehityssuunnitelman omaan käyttöönsä ja voi toteuttaa siinä esitetyt ideat parhaaksi katsomallaan tavalla. Yhdistyksen on seurattava kehityssuunnitelman toteutumista tasaisin väliajoin. Sen on nimettävä seuranta-kohteet, joiden tarkkailuun se keskittyy, ja päätettävä, kuinka usein seurantaa tehdään. Seurantakohteita ovat esimerkiksi tavoitteiden toteutuminen ja markkinoinnin tulokset. Vuosien 2011 – 2013 tärkeimmät seurantakohteet yhdistyk-

sessä ovat jäsenmäärän kasvu ja esitettyjen kehitysideoiden toteutuminen. Seuranta tuottaa yhdistykselle uutta tietoa, jonka avulla se voi havaita tehdyt virheet ja korjata ne. (Lahtinen & Isoviita 1998.)

## **5.2 Kehityskohteet vuodelle 2011**

Yhdistyksen toimintaa kehitetään vähitellen, jotta pienessä ajassa ei tapahtuisi liian suuria muutoksia. Jotta jokaiseen toimenpiteeseen keskityttäisiin riittävästi, koko hallituksen olisi hyvä tehdä yksi toimenpide yhdessä alusta loppuun ennen seuraavan aloittamista. Tällöin hallituksen olisi helppo delegoida tehtäviä jäsenilleen ja tarkkailla, mitä toimenpiteessä on saatu aikaiseksi, ja mitä sen hyväksi olisi vielä tehtävä.

Vuoden 2011 kehityskohteina ovat:

- Hankkia uusia jäseniä yhdistyksen hallitukseen
- Kehittää ja päivittää LapTOPin kotisivuja ja Facebook-ryhmää aktiivisesti
- Järjestää nykyistä useampia tapahtumia
- Neuvotella yhteistyömahdollisuuksista muiden opiskelijayhdistysten kanssa
- Lähettää sähköinen kuukausitiedote jäsenille
- Hankkia yhteistyökumppaneita jäsenetujen kehittämiseksi

Vuoden 2011 tärkeimpänä kehityskohteena on hankkia yhdistyksen hallitukseen uusia, aktiivisia jäseniä, jotta yhdistyksellä olisi resursseja kehittää toimintaansa laaditun suunnitelman mukaisesti. Koska kyseessä on vapaaehtoistoiminta, ei voida olettaa, että kaikki hallituksen jäsenet olisivat aina tavoitettavissa tai ehtisivät osallistua jokaisen yhdistyksen järjestämän aktiviteetin toteutukseen. Hallitukseen olisi tästä syystä hyvä saada joka vuosi yhdistyksen sääntöjen puitteissa mahdollisimman suuri määrä jäseniä. Hallituksen jäsenten hankintaan on kiinnitettävä huomiota joka vuosi. Hallitustoimintaa on markkinoitava jatkuvasti, jotta toiminta jatkuisi, vaikka vanhat aktiivit valmistuisivat tai eroaisivat hallituksesta. Yhdistyksen on järjestettävä tapahtumia vähintään muutaman kerran vuodessa, jotta se saisi hankittua riittävästi varoja toimintaansa.

LapTOpin on tärkeää hankkia riittävästi sponsoreita opiskelijahaalareihin, jotta niiden myynnistä saataisiin tuottoa yhdistykselle, ja niiden hinta pysyisi riittävän alhaisena opiskelijoille. Haalarisponsorien hankinta on ollut ongelmallista viime vuosina, eikä sponsoreita ole saatu riittävästi. LapTOp voisi innostaa jäseniään hankkimaan sponsoreita jonkin kannustimen avulla, esimerkiksi tarjoamalla jokaiselle sponsorin hankkineelle ilmaiset opiskelijahaalarit. Sekä tapahtumien järjestämiseen että haalarisponsorien hankkimiseen on tärkeää kiinnittää huomiota jatkuvasti. Vuokon (2003, 120) mukaan tapahtuman järjestämiseen kuuluvien töiden delegointi ja koko tapahtuman organisointi on erittäin tärkeää, jotta kaikki hoituisi ajallaan ja jokainen hallituksen jäsen tietäisi oman tehtävänsä.

Vertaillen LapTOpin kotisivuja esikuvayhdistysten sivustoihin on havaittavissa suuria eroja, joita LapTOp voisi kaventaa. Talkon ja MTO:n Internet-sivustot ovat LapTOpin sivustoa houkuttelevamman näköisiä. Sivustoilta löytyy paljon tietoa yhdistyksistä ja niiden toiminnasta, ja niiden ilmettä värittävät esimerkiksi kuvagalleriat menneistä tapahtumista. (Talko ry; Mikkelin Tradenomiopiskelijat ry.) Vuonna 2011 LapTOp voisi parantaa sivustonsa ulkonäköä ja lisätä sinne jäseniä kiinnostavia tietoja saadakseen lisää vierailijoita sivustolleen. Internet-sivustolle voisi suunnitella kuvagalleriaa, johon voisi lisätä kuvia jokaisesta LapTOpin järjestämästä tapahtumasta. Sivustolle voisi myös lisätä linkin, jonka kautta sivulla vieraileva opiskelija voisi liittyä LapTOpin jäseneksi. Aktiivisesti päivitettävä, paljon ajankohtaista tietoa sisältävä sivusto kiinnostaa käyttäjiä, jolloin sivustoa on helpompi käyttää markkinointikanavana.

Jäsenet voivat liittyä oman opiskelijayhdistyksensä Facebook-ryhmään ja saada sitä kautta tiedotteita ja uutisia yhdistyksen toiminnasta ja tulevista tapahtumista. Suurin osa opiskelijoista on liittynyt Facebookiin, joten se toimii erittäin hyvänä tiedotuskanavana tapahtumien markkinoinnissa. Sekä LapTOpilla, Talkolla että MTO:lla on omat jäsenryhmänsä Facebookissa. Talkon ja MTO:n ryhmät löytyvät helposti sivuston hakutoiminnon kautta, mutta LapTOpin sivu on hankalampi löytää luultavasti ryhmän nimen takia. (Facebook 2010a; Facebook 2010b.) Nimen voisi muuttaa nykyisestä LapTOp ry:stä esimerkiksi Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry:ksi, jotta hakutoiminto löytäisi helpommin oikean

tuloksen. Ryhmän olemassaoloa on markkinoitava opiskelijoille entistä tehokkaammin, ja uudet opiskelijat on houkuteltava sen jäseniksi. Vuonna 2010 LapTOpin hallitus on nimennyt vastuuhenkilöt, jotka huolehtivat yhdistyksen kotisivujen ja Facebook-ryhmän päivittämisestä. Käytäntöä on jatkettava, jotta sivustoja päivitettäisiin aktiivisesti ja sähköinen tiedotus pysyisi ajan tasalla. (Hallituksen kokouksen pöytäkirjat 15.1. – 26.4.2010.)

Talko mainostaa ajankohtaisia tapahtumiaan Facebookin, mainosten ja Internet-sivustonsa lisäksi lähettämällä jäsenilleen sähköposteja säännöllisin väliajoin. Hallituksen jäsenet markkinoivat tapahtumia myös kertomalla niistä koulussa näkemilleen opiskelijoille. (Ahonen 2010). MTO käyttää Talkon kanssa samoja markkinointikanavia lukuun ottamatta sähköpostitiedotteita. MTO:n tapahtumia markkinoidaan myös Mikkelin ammattikorkeakoulun intranetin kautta. (Kuitunen 2010.) LapTOp voisi päivittää jäsenten osoitteista koostuvan sähköpostilistansa ajan tasalle ja lähettää kuukausitiedotteita, joissa ilmoitettaisiin kaikista ajankohtaisista asioista.

Markkinoinnin tehokkuuteen on kiinnitettävä jatkuvaa huomiota. Yhdistyksen on tutkittava, mitkä markkinointikanavat ovat parhaita juuri LapTOpin kohderyhmälle suuntautuvassa markkinoinnissa, ja yritettävä löytää uusia, tehokkaita tapoja mainostaa tulevia tapahtumia. Markkinoinnin laatuun on kiinnitettävä huomiota, ja yhdistyksen on etsittävä sopivia tehokeinoja opiskelijoiden kiinnostuksen herättämiseksi. LapTOp on käyttänyt samoja markkinointitapoja useita vuosia. Yhdistys voisi kokeilla uusia tapoja ja pitää esimerkiksi sissimarkkinointitempauksia ennen tulevia tapahtumia. Hallitus voisi hakea huomioarvoa esimerkiksi pukeutumalla tapahtuman teeman mukaisesti myydessään pääsylippuja.

LapTOpin toimintaa on mahdollista kehittää, kun Saimaan ammattikorkeakoulu muuttaa syksyllä 2011 Lappeenrannan teknillisen yliopiston tiloihin (Saimaan ammattikorkeakoulu 2010). Yhdistys saa uuden toimiston ja pystyy tekemään yhteistyötä ammattikorkeakoulun lisäksi myös yliopiston ja sen opiskelijoiden kanssa. Samalla kilpailu lisääntyy, sillä yliopistolla on useita yhdistyksiä ja kilttoja, jotka houkuttelevat eri alojen opiskelijoita omiin tapahtumiinsa. LapTOpilla ja LapIO:lla on aiemmin ollut keskinäinen yhteistyösopimus tapahtumien järjestä-

misestä (Toimintakertomus 2009). LapTOP voisi neuvotella sekä LaplOn että sosiaalialalla toimivan LaKOSTE:n kanssa tulevien vuosien sopimuksista, jotta yhdistyksillä olisi enemmän resursseja järjestää yhteisiä, suurempia tapahtumia ja samalla yhdistää eri alojen opiskelijoita. Jos LapTOP ja muut opiskelijayhdistykset järjestävät yhdessä jonkin suuren opiskelijatapahtuman, voisi tapahtumasta lähettää tiedotteet paikallisille sanomalehdille ja radiokanaville. Tällöin tapahtuman näkyvyys kasvaisi, ja yhdistykset ja järjestettävä tapahtuma saisivat ilmaista julkisuutta mediassa.

Saimaan ammattikorkeakoulussa toimivien opiskelijayhdistysten lisäksi LapTOP on suunnitellut yhteistyön aloittamista Kouvolan ja Mikkelin opiskelijayhdistysten kanssa. Tavoitteena on järjestää tapahtumia kaikissa kolmessa kaupungissa ja kerätä jokaisesta kaupungista mahdollisimman suuri määrä opiskelijoita mukaan toisten yhdistysten järjestämiin tapahtumiin. Jos yhdistykset aloittavat yhteistyön, kaikkien yhdistysten tapahtumia on markkinoitava aktiivisesti, jotta mahdollisimman moni opiskelija osallistuisi tapahtumiin ja yhteistyö hyödyttäisi jokaista yhdistystä.

LapTOP järjestää vuosittain vain muutamia tapahtumia, kun taas Talkolla ja MTO:lla on jokin tapahtuma lähes joka kuukausi (Talko ry; Facebook 2010b). LapTOPin tapahtumien määrää voisi lisätä vähitellen, sillä tapahtumien järjestäminen on ehdottomasti tehokkain ja helpoin tapa kerätä yhdistykselle varallisuutta. LapTOPin kannattaa mainostaa jäsenilleen vapaa-ajan toimikuntaansa, jotta siihen saataisiin riittävän usein uusia, innovatiivisia jäseniä, joilla olisi hyviä ideoita tapahtumiin. Toimikunnan olisi hyvä kokoontua riittävän usein suunnittelemaan tapahtumia, jotta löydetäisiin mahdollisimman paljon uusia ideoita.

Talko tarjoaa jäsenilleen erilaisia alennuksia opiskelijoita kiinnostaviin tapahtumiin, kuten elokuvateatteriin, omiin tapahtumiinsa ja jääkiekko-otteluihin. Yhdistys myy jäsenilleen haalarimerkkejä ja Editan oppikirjoja halvemmalla kuin muille opiskelijoille. (Talko ry.) MTO:n jäsenet saavat alennusta koulun kahvioista (Kuitunen 2010). LapTOP voisi tiedustella yhteistyömahdollisuuksista paikallisten yritysten ja urheiluseurojen kanssa ja tehdä yhteistyösopimukset seuraavalle vuodelle. Sopivia kumppaneita voisivat elokuvateatterin lisäksi olla esimerkik-



si liikuntakeskukset, joista voisi saada alennuksia ryhmäliikuntatunneista tai kuntosalikäynnistä.

### **5.3 Kehityskohteet vuodelle 2012**

Vuoden 2012 alussa on hyvä pitää seurantapalaveri, jossa pohditaan edellisen vuoden kehitystoimenpiteiden toteutumista käytännössä. Jos jokin asia on vielä jäänyt kesken tai se ei ole toteutunut lainkaan kannattaa yhdistyksen keskittyä siihen ennen uusien toimenpiteiden aloittamista. Vuoden 2012 tavoitteena on toteuttaa seuraavat kohteet:

- Lisätä jäsenetujen määrää
- Lisätä kuvagalleria yhdistyksen kotisivuille
- Aloittaa yhteistyö yritysten kanssa
- Lisätä yhdistyksen toimiston aukioloaikoja
- Järjestää aktiviteetteja yhdistyksen toimistolle

Vuonna 2012 LapTOp voisi keskittyä entistä enemmän jäsenyydestä saataviin hyötyihin ja antaa jäsenilleen alennuksia haalarimerkeistä ja tapahtumien pääsylipuista. Nykyisenä jäsenetuna yhdistyksen jäsenet saavat opiskelijahaalarinsa alennettuun hintaan. Jäsenedut ovat hyvä keino houkuttaa opiskelijoita liittymään yhdistykseen. LapTOp voisi vuodesta 2012 alkaen myydä jäsenilleen alennushintaiset pääsyliput jokaiseen tapahtumaansa. Jäsenyyden kehittämisen lisäksi Internet-sivujen kehittämistä ja päivittämistä on jatkettava. Vuonna 2011 suunnitellun kuvagallerian ja sitä varten kerätyt kuvat voisi lisätä sivustolle ja jatkaa kuvien ottamista yhdistyksen järjestämissä tapahtumissa.

LapTOp voisi aloittaa yhteistyön edellisenä vuonna hankkimiensa kumppaneiden kanssa vuoden 2012 alussa. Yhteistyö pitäisi aloittaa vähitellen, jotta nähtäisiin, miten opiskelijat suhtautuisivat uusiin jäsenetuihin ja kuinka paljon niitä käytettäisiin. Aluksi yhdistys voisi keskittyä yhteen tai kahteen yhteistyökumppaniin ja tarkkailla, millaisia vaikutuksia yhteistyöstä seuraisi. Ajankohtaisia jäsenetuja, kuten LapTOpin kautta ostettavia edullisia lippuja urheilutapahtumiin, voisi mainostaa sähköpostitse lähetettävässä kuukausitiedotteessa. Yhteistyö-

kumppanien tarjoamia etuja olisi markkinoitava yhdistyksessä tehokkaasti, jotta kumppanien kiinnostus yhteistyöhön säilyisi myös tulevaisuudessa.

Sekä Talkolla että MTO:lla on omat, lähes päivittäin auki olevat toimistot, joissa joku hallituksen jäsenistä on vuorotellen päivystämässä (Talko ry; Mikkelin Tradenomiopiskelijat ry). LapTOpilla on toimisto, jossa ei ole päivystystä, vaan sitä käytetään lähinnä kokoustilana ja tavaroiden säilytyspaikkana. Toimistolla on kahvinkeitin, ja suunnitelmassa on ollut hankkia sinne nykyisten tuolien lisäksi sohva. Vuonna 2012 LapTOp voisi pitää toimistoaan auki resurssiensa puitteissa, jotta jäsenet voisivat tulla juomaan kahvia ja esimerkiksi ostamaan haalari-merkkejä tai kyselemään ajankohtaisista asioista. Toimiston aukioloaikoja voisi mainostaa yhdistyksen ilmoitustaululla, Facebook-ryhmässä ja Internet-sivuilla. Jäseniä voisi houkutella paikan päälle mainostamalla ilmaista kahvia sekä myynnissä olevia haalarimerkkejä ja yhteistyökumppanien alennuslippuja.

Yhdistyksen toimistolla on aiemmin pidetty iltoja, joissa on ollut mahdollista opetella jonkin toimistolta löytyvän instrumentin, kuten kitaran tai rumpujen, soittamista muutaman hallituksen jäsenen opastuksella. MTO järjestää jäsenilleen rekrytointitapahtumia, joissa jäsenet pääsevät esimerkiksi pelaamaan Guitar Hero -peliä hallituksen jäsenten kanssa (Kuitunen 2010). LapTOpin soittoiltoja ei kuitenkaan ole onnistuttu markkinoimaan niin, että opiskelijat olisivat osallistuneet iltoihin aktiivisesti. LapTOp voisi tulevaisuudessa järjestää toimistolleen lisää pienimuotoista toimintaa, kuten lautapeli-illan, ja houkutella sen avulla jäseniä toimistolle tutustumaan toisiinsa ja hallituksen jäseniin.

#### **5.4 Kehityskohteet vuodelle 2013**

Vuosi 2013 aloitetaan edellisen vuoden tapaan seurantalaverilla, jossa käydään läpi edellisenä vuonna tehdyt toimenpiteet. Palaverissa voidaan analysoida myös vuoden 2011 toimenpiteiden vaikutusta yhdistyksen kehitykseen ja vertailla toiminnan ja jäsenmäärän kehitystä edellisiin vuosiin. Vuonna 2013 LapTOpin kehityskohteita ovat:

- Hankkia uusia yhteistyökumppaneita
- Tarjota uusia etuja jäsenille

- Järjestää jäsenien tutustumisiltoja ja yhteiskuljetuksia tapahtumiin
- Lisätä yhdistyksen toimiston viihtyvyyttä
- Innostaa jäseniä mukaan hallitustoimintaan
- Tarjota opinnäyte- tai projektitöitä liiketalouden opiskelijoille

Kun LapTOPin varallisuus on lisääntynyt riittävästi hankittujen haalarisponsori-sopimusten ja onnistuneiden tapahtumien järjestämien myötä, voidaan lisätä jäsenten saamia etuja. Jos vuonna 2012 alkanut yhteistyö yritysten ja LapTOPin välillä on sujunut hyvin, LapTOP voisi etsiä itselleen lisää yhteistyökumppaneita, joilta jäsenet voisivat saada alennuksia ja muita etuja. Yhteistyökumppaneita voisi hankkia eri aloilla toimivista yrityksistä, jotta yhdistyksellä olisi tarjota kiinnostavia etuja jokaiselle jäsenelle. Kumppaneita ei kuitenkaan pidä hankkia liikaa, jotta yhdistys pystyisi keskittymään tarjottavien etujen markkinoimiseen ja tuottaa hyötyä jäsentensä lisäksi myös yhteistyökumppaneilleen.

Jäsenetuja voisi lisätä myös järjestämällä jäsenille esimerkiksi edullisen tai kokonaan ilmaisen yhteiskuljetuksen suuriin opiskelijatapahtumiin ympäri Suomea. LapTOP on suunnitellut järjestävänsä kuljetuksia muutamiin suuriin opiskelijatapahtumiin, mutta ei ole toteuttanut suunnitelmiansa käytännössä. Hyviä tapahtumia voisivat olla liiketalouden opiskelijoille suunnatut Tradenologia-rastikilpailu ja Kahakka-risteily. Yhdistys voisi järjestää silloin tällöin jäseniltoja, joissa jäsenille varattaisiin tila esimerkiksi saunomista tai keilausta varten. Uusille opiskelijoille voisi järjestää ilmaisen tutustumisillan, jossa opiskelijat pääsisivät tutustumaan toisiinsa ja hallituksen jäseniin. Tutustumisillassa voitaisiin mainostaa hallitustoimintaa ja innostaa uusia jäseniä liittymään mukaan yhdistyksen hallitukseen syyskokouksessa.

Hallituksen jäsenille voisi lisätä jonkin kannustimen, joka innostaisi entistä useampia yhdistyksen jäseniä hakemaan hallitukseen. LapTOPissa on aiemmin suunniteltu, että yhdistystoiminnasta voisi saada vapaavalintaisia opintopisteitä, mutta idea ei ole vielä tuottanut tulosta. Asiaa voitaisiin ajaa eteenpäin neuvottelemalla sen toteutuksesta koulun johdon kanssa.

Tapahtumien järjestämisen lisäksi LapTOP voisi hankkia toimistolleen opiskelijoiden viihtyvyyttä lisääviä aktiviteetteja, kuten erilaisia pelejä ja musiikkia. Yhdistys voisi suunnitella uusia haalarimerkkejä tulevia tapahtumiaan varten, ja jakaa niitä tapahtumien osallistujille tai myydä yhdistyksen toimistossa.

LapTOP voisi tarjota opinnäytetyön aiheen jollekin jäsenelleen, joka voisi tehdä yhdistykselle uuden toiminnan kehityssuunnitelman tuleville vuosille. Jos yhdistys aikoo järjestää jonkin suuren tapahtuman, kuten Tradenologian, se voisi neuvotella Saimaan ammattikorkeakoulun koulutuspäällikön kanssa esimerkiksi projektitöiden tarjoamisesta liiketalouden opiskelijoille. Tällöin yhdistys saisi opiskelijoilta apua tapahtumien suunnitteluun ja järjestämiseen ja opiskelijat saisivat itselleen projektityöpaikan.

## **6 ARVIOT SUUNNITELMAN SOPIVUUDESTA**

Opinnäytetyössä tehdyn suunnitelman sopivuutta arvioitiin esittämällä suunnitellut kehityskohteet LapTOPin hallitukselle. Hallituksen jäsenille esitettiin kysymyksiä, joiden avulla arvioitiin heidän mielipiteitään suunnitelman sopivuudesta. Arviovaihetta varten tehtiin myös pienimuotoinen tutkimus, jossa haastateltiin kymmentä Saimaan ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelijaa. Haastatteluun valittiin satunnaisia opiskelijoita. Tutkimuksen tarkoituksena oli tarkentaa, miten paljon opiskelijat tiesivät LapTOPista, ja selvittää, tukivatko opiskelijoiden vastaukset opinnäytetyössä oletettua kuvaa LapTOPin näkyvyydessä Saimaan ammattikorkeakoulussa.

### **6.1 Hallituksen jäsenten haastattelu**

LapTOPin hallituksen jäsenille lähetettiin sähköposti, jossa oli liitteenä opinnäytetyössä esitelty kehityssuunnitelma vuosille 2011 – 2013. Jäseniä kehoitettiin vastaamaan kuuteen liitteessä numero kolme esitettyyn kysymykseen ja arvioimaan niiden avulla suunnitelman sopivuutta. Jäseniltä kysyttiin mielipiteitä suunnitelman kehityskohteista ja siihen liittyvistä riskeistä. Heitä pyydettiin arvioimaan, mitkä kohteet olisivat helppoja ja mitkä vaikeita toteuttaa. Hallituksen

jäsenet ovat tietoisia yhdistyksen nykytilasta ja tulevaisuuden mahdollisuuksista, joten heitä haastatteleamalla oli mahdollista saada realistinen kuva suunnitelman sopivuudesta.

Hallituksen jäsenet uskoivat, että suunnitelma on mahdollista toteuttaa, jos LapTOpin seuraavien vuosien hallituksiin saadaan riittävästi uusia, aktiivisia jäseniä. Vastanneet pitivät lähes yksimielisesti suurimpana riskitekijänä sitä, ettei hallitukseen löytyisi riittävästi toimintaa jatkavia uusia jäseniä. Toinen mainittu riskitekijä oli varainhankinta, sillä tällä hetkellä yhdistys saa tuottoja lähes yksinomaan yökerhoissa järjestettävien tapahtumien lipputuloista. Yhdistyksen olisi keksittävä uusia varainkeruutapoja, jotta talous pysyisi kunnossa.

Helpoimmin toteutettavina kehityskohteina pidettiin markkinoinnin ja haalarisponsoreiden hankkimisen tehostamista, kotisivujen ja sähköisen viestinnän kehittämistä sekä yhteistyön aloittamista lähiseudun yhdistysten kanssa. Vastauksissa huomioitiin, että yhteistyön aloittaminen edellyttää yhdistysten välisiä neuvotteluja jo vuoden 2010 aikana.

Vastanneet epäilivät, että järjestettävien tapahtumien määrän lisääminen ja opintopisteiden hankkiminen hallitustoiminnasta saattavat olla hankalasti toteutettavia kehityskohteita. Esitystä opintopisteiden hankkimisesta yhdistyksessä toimimalla on ajettu eteenpäin jo vuonna 2009, joten kehityskohteen toteuttamisen eteen on jo yritetty tehdä töitä tuloksetta. Sähköpostitiedotetta pidettiin hyvänä ideana, mutta sen toteutusta vaikeana, koska tiedotteet sekoittuvat helposti roskapostiin, eivätkä kaikki opiskelijat ole kiinnostuneita niiden lukemisesta. Jos sähköpostitiedotteita alettaisiin lähettää, olisi niiden ulkomuoto ja sisältö suunniteltava riittävän kiinnostavaksi, jotta niitä luettaisiin aktiivisesti.

LapTOpin ja yritysten välisen yhteistyön mahdollisuutta epäiltiin taloudellisten ja byrokraattisten syiden takia. Peli-iltojen järjestämistä toimistossa pidettiin melko turhana kehitysideana, johon opiskelijat eivät luultavasti lähtisi mukaan. Sohvan hankkimista toimistolle ei pidetty tarpeellisena, sillä yhdistyksellä ei ole tietoa siitä, kuinka tilavan toimiston saa Saimaan ammattikorkeakoulun muuttaessa

Skinnarilaan vuonna 2011. Tällä hetkellä on epäselvää, jakaako LapTOP uuden toimistotilansa LaplOn ja SAIKO:n kanssa.

## **6.2 Opiskelijoiden haastattelu**

Opiskelijoita haastateltiin esittämällä haastattelukysymykset kymmenelle satunnaisesti valitulle liiketalouden opiskelijalle. Kahdeksan opiskelijaa vastasi haastatteluun. Opiskelijoille esitettiin seitsemän liitteessä neljä olevaa kysymystä, joiden avulla selvitettiin opiskelijoiden saamaa kuvaa LapTOPista ja sen toiminnasta. Opiskelijoilta kysyttiin myös kehitysideoita yhdistyksen näkyvyyden lisäämiseksi.

Tulosten mukaan LapTOPin toiminta oli melko epäselvää lähes jokaiselle kyselyyn vastanneelle opiskelijalle. Osa opiskelijoista tiesi yhdistyksen järjestävän tapahtumia ja huolehtivan opiskelijoiden asioista, mutta vastaajilla ei ollut tarkempia tietoja toiminnasta. Kaikki vastanneet eivät olleet varmoja, olivatko liittyneet LapTOPin jäseniksi aloitettuaan opiskelun Saimaan ammattikorkeakoulussa. Osa sekoitti jäsenyyden oppilaskunta SAIKO:n jäsenyyteen. Vastanneet eivät välttämättä tienneet, että liittyessään Tradenomiopiskelijaliittoon liittyy samalla myös LapTOPin jäseneksi. Kukaan vastanneista ei osannut varmasti sanoa, millaisia jäsenetuja LapTOPin jäsenyyteen kuuluu.

Opiskelijat olivat nähneet LapTOPin mainostavan tapahtumia sekä koulun seinillä olevilla mainosjulistilla että Facebookissa. Useimmille oli kuitenkin hiekan epäselvää, mitkä tapahtumista ovat olleet juuri LapTOPin järjestämiä. Suurin osa oli kuitenkin käynyt jossakin tapahtumassa tai suunnitellut osallistuvansa sellaiseen tulevaisuudessa. Vastanneet eivät tienneet LapTOPin olemassa olevista kotisivuista, vaan ehdottivat yhdistyksen näkyvyyden kehittämiseksi kotisivujen tekemistä.

## **6.3 Yhteenveto**

Opiskelijoilta saatuja haastatteluvastauksia tutkittaessa on huomioitava, että kyselyyn haastateltiin vain pientä osaa opiskelijoista, joten tulokset ovat ainoas-

taan suuntaa antavia. Tulosten perusteella voidaan kuitenkin olettaa, ettei opiskelijoilla ole selvää kuvaa LapTOpista, eikä yhdistystoiminta ole riittävän näkyvää opiskelijoiden keskuudessa. Kun LapTOp hankkii lisää jäseniä, sen on tuotava riittävän vahvasti esiin yhdistyksen identiteettiä ja toimintaperiaatteita. Opiskelijoille on kerrottava selkeästi, mitä yhdistyksen jäsenyys tarkoittaa ja mitä hyötyjä siitä saa. Aloittaville luokille pidettäviä esittelyluentoja LapTOpista on kehitettävä nykyistä kiinnostavammiksi ja selkeämmiksi, jotta uudet opiskelijat tietäisivät, millaiseen yhdistykseen ovat liittymässä.

Tällä hetkellä opiskelijat pitävät LapTOpia ainoastaan opiskelijatapahtumien järjestäjänä, joten opiskelijoiden saamaa kuvaa yhdistyksen toiminnasta on kehitettävä huomattavasti. Opinnäytetyön luvussa viisi esitetty kehityskohteet auttavat yhdistystä vahvistamaan identiteettiään ja lisäämään näkyvyyttään. Hallituksen jäsenten on kuitenkin tehtävä jatkuvaa työtä, jotta kaikki liiketalouden opiskelijat saisivat riittävästi tietoa LapTOpista. Opiskelijoille on lähetettävä esimerkiksi tiedotteita LapTOpin toiminnasta koko opiskelun ajan, jotta he tietäisivät, mitä LapTOp tekee ja voisivat osallistua toimintaan mahdollisimman aktiivisesti.

Opinnäytetyöprosessi oli mielenkiintoinen, ja valitsemani aihe motivoi minua työn tekemiseen. Tutkimusta tehdessäni sain lisää tietoa benchmarkingista ja yhdistysten toiminnasta ja löysin mielestäni joitakin erittäin hyviä käytäntöjä, joiden avulla useat opiskelijayhdistykset voivat kehittää toimintaansa. Työn tekeminen oli haastavaa, ja ongelmia aiheutti välillä esimerkiksi haastatteluvastusten saaminen vastaajilta riittävän nopeasti. Sain ongelmat kuitenkin ratkottua ja työni valmiiksi. Mielestäni tutkimus onnistui melko hyvin, ja olen tyytyväinen tekemääni työhön. Uskon tutkimuksen tuloksista olevan apua LapTOpin toiminnalle, sillä yhdistykselle ei ole aikaisemmin tehty tämänkaltaista suunnitelmaa. Vaikka LapTOpilla ei olisi mahdollisuutta toteuttaa kehityskohteita suunnitelman aikataulun mukaisesti, ovat kehityskohteet silti toimivia ja niitä voidaan toteuttaa myös myöhempanä ajankohtana.

## LÄHTEET

Ahonen, R. 2010. Sähköpostikysely: Kysymyksiä Talkon toiminnasta ( Luettu 14.10.2010)

Akava ry. <http://www.akava.fi>. (Luettu 16.10.2010)

Camp, R.C. 1989. Benchmarking: The Search for Industry Best Practices That Lead to Superior Performance. Milwaukee: ASQ Quality Press, 1989, 4–6.

Camp, R. C. 1995. Business Process Benchmarking: Finding and Implementing Best Practices. Milwaukee: American Society for Quality (ASQ).

Facebook. 2010a. Talko ry.  
<http://www.facebook.com/home.php?#!/pages/Talko-Ry/98487001425> (Luettu 2.11.2010)

Facebook. 2010b. Mikkelin Tradenomiopiskelijat ry.  
<http://www.facebook.com/pages/Mikkeli-Finland/Mikkelin-Tradenomiopiskelijat-ry/39580420546>

Hallituksen kokouksen pöytäkirja 2/09. Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry.

Hallituksen kokouksen pöytäkirjat 15.1. – 26.4.2010. Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry.

Hallituskansio 2010. Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry.

Hotanen, J., Laine, R.O. & Pietiläinen, S. 2001. Benchmarking-opas: Opi hyviltä esikuvilta!. Helsinki: Suomen Laatukeskus Koulutuspalvelut Oy, 7–47.

Jäsenluettelo 2009. Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry.

Karlöf, B., Lundgren, K. & Edenfelt Froment, M. 2003. Ota oppia parhaista! Tehoa vertailuoppimisesta. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kozak, M. 2004. Destination Benchmarking: Concepts, Practices and Operations. Cambridge, MA, USA: CABI Publishing.  
<http://site.ebrary.com/lib/scp/Doc?id=10070230&ppg=27> (Luettu 28.9.2010)

Kuitunen, K. 2010. Sähköpostikysely: Kysymyksiä Talkon toiminnasta (Luettu 19.11.2010)

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1998. Markkinoinnin suunnittelu. Tampere: Avaintulos

Lipsanen, M. 2010. Sähköpostikysely. Opiskelijamäärät 2005 – 2010. (Luettu 13.10.2010).

Mikkelin Tradenomiopiskelijat ry. [www.mtory.fi](http://www.mtory.fi). (Luettu 19.10.2010)



Patterson, J.G.1995. Benchmarking Basics: Looking for a Better Way. Boston, MA. USA: Course Technology Crisp.  
<http://site.ebrary.com/lib/scp/Doc?id=10058806&ppg=46> (Luettu 28.9.2010)

Saimaan ammattikorkeakoulu. 2008. Syksyn yhteishaussa haetaan jo Saimaan ammattikorkeakouluun. <http://www.saimia.fi/fi-FI/ajankohtaista/arkisto/366-saimaanamk> (Luettu 16.10.2010)

Saimaan ammattikorkeakoulu. 2010. LUT ja Saimaan ammattikorkeakoulu itsenäisinä yhteiskampukselle. 28.1.2010. <http://www.saimia.fi/fi-FI/ajankohtaista/473-lut-ja-saimaan-ammattikorkeakoulu-itsenaeisinae-yhteiskampukselle> (Luettu 1.11.2010)

Säännöt 2010. Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry.

Talko ry. [www.talko.fi](http://www.talko.fi). (Luettu 18.10.2010)

Tilastokeskus. 2007. Ammattikorkeakoulujen opiskelijat ja tutkinnot amk:n ja koulutustyyppin mukaan 2007. [http://www.stat.fi/til/akop/2006/akop\\_2006\\_2007-04-13\\_tau\\_001.xls](http://www.stat.fi/til/akop/2006/akop_2006_2007-04-13_tau_001.xls) (Luettu 18.10.2010)

Toimintakertomus 2005. Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry.

Toimintakertomus 2006. Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry.

Toimintakertomus 2007. Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry.

Toimintakertomus 2008. Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry.

Toimintakertomus 2009. Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry.

Toimintasuunnitelma 2010. Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry.

Toimintasuunnitelma 2011. Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry.

Tradenomiopiskelijaliitto ry. Jäsensyhistykset.  
<http://www.trol.fi/modules/system/stdreq.aspx?P=114&VID=default&SID=111347047981793&S=0&C=20768> (Luettu 20.9.2010)

Vuokko, P. 2003. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. Porvoo: WSOY, 122–140.

## **KUVIOT**

Kuvio 1 Opinnäytetyön viitekehys s. 7

Kuvio 2 Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry:n jäsenmäärän kehitys vuosina 2005 – 2010 s. 10

Kuvio 3 Benchmarking-prosessi s. 18

## **TAULUKOT**

Taulukko 1 Vertailu yhdistysten välillä s. 23

## **LIITTEET**

Liite 1 Esikuvaorganisaatioiden haastattelu

Liite 2 Hallituksen jäsenten haastattelu

Liite 3 Liiketalouden opiskelijoiden haastattelu

## **ESIKUVAORGANISAATIOIDEN HAASTATTELU**

### **Talko ry:n haastattelu**

#### **1. Miten yhdistyksenne hankkii uusia jäseniä?**

Jäsenhankinnassa tärkeä on hoitaa yhdistyksen esittely uskottavasti uusille opiskelijoille ja oikeasti myydä jäsenyys järkiasioilla.

Jäsenedut, kuten meillä ilmainen risteily, on yksi kovista valteista.

Jäsenlomakkeet annetaan jokaiselle esityksen aikana ja "käsketään" opiskelijoita täyttämään ne. Helppo homma on myös kertoa, mitä on itse saanut yhdistykseltä ja että jäsenyys maksaa itsensä takaisin ensimmäisten viikkojen aikana.

#### **2. Kuinka suuren osan liiketalouden opiskelijoista arvioitte olevan yhdistyksenne jäseniä?**

Arviolta noin 40% jäsenpotentialista.

#### **3. Onko teillä jäsenmaksua? Kuinka suuri maksu on?**

On, 20?. Jäsenyys kattaa koko opiskelujen ajan.

#### **4. Miten yhdistyksen toiminta näkyy koulussanne?**

Toiminta näkyy opiskelijabileinä ja muina tapahtumina riviopiskelijalle. Lisäksi näymme opiskelijoiden ja henkilökunnan yhteistyökokousten järjestäjänä ja pitkin koulua kahdella omalla ilmoitustaululla. Yhdistyksellä on myös oma lehti, joita pyörii pitkin oppilaitosta.

**5. Millaisia tapahtumia olette järjestäneet viimeisen vuoden aikana?**

Isoja. Ulkoilmatapahtumia, kuten haalarinkastajaiset  
rastikierroksineen sitsejä, risteilyjä, vuosijuhla.

**6. Mitkä tapahtumista ovat olleet suosituimpia?**

Opiskelijakekkerit.

**7. Miten markkinoitte järjestämiänne tapahtumia opiskelijoille?**

Julisteet, TalkoNews e-mailiin, facebook, Talkoholistin blogi,  
puskaradio, omat Talkon luokka-aktiivit.

**8. Miten hankitte varoja yhdistykselle?**

Bileistä suurimmat tuotot. Lisäksi haalarimerkkimyynti,  
jäsenmaksut, rintanapit, kirjamyynti.

(Ahonen 2010.)

**MTO ry:n haastattelu**

**1. Miten yhdistyksenne hankkii uusia jäseniä?**

Hankimme uusia jäseniä juttelemalla opiskelijoiden kanssa ja järjestämällä  
pienimuotoisia rekrytointipäiviä (kuten Guitar Heron pelailua yms.) Uusille  
ykkösille käydään heti lukukauden alussa juttelemassa luokassa ja kerto-  
massa yhdistyksen toiminnasta ja eduista, joita yhdistyksen jäseneksi ja  
TROLLin jäseneksi liittymisestä seuraa.

**2. Kuinka suuren osan liiketalouden opiskelijoista arvioitte olevan yhdistyksenne jäseniä?**

En osaa mitään tarkkaa vastata, mut varmaan joku 70-80%.

**3. Mitä jäsenetuja jäsen saa TROL:n tarjoamien etujen lisäksi?**

Mm. halvempia tuotteita koulun kahdesta kahviosta

**4. Miten yhdistyksen toiminta näkyy koulussanne?**

Järjestetään infoja, järjestetään tapahtumia ja bileitä (alkoholittomia ja holillisia)

**5. Millaisia tapahtumia olette järjestäneet viimeisen vuoden aikana?**

Tradenologia, teemabileitä, peli-iltoja, TROLlin kanssa ja ilman, CV-klinikan jne.

**6. Mitkä tapahtumista ovat olleet suosituimpia?**

teemabileet ja tradenologia.

**7. Miten markkinoitte järjestämiänne tapahtumia opiskelijoille?**

Facebookissa, julisteilla, puskaradiolla, koulun intranetissä

**8. Miten hankitte varoja yhdistykselle?**

tapahtumien sisäänpääsymaksuilla, sponsoreilla (tradenologia)

(Kuitunen 2010.)

## HALLITUKSEN JÄSENTEN HAASTATTELU

### 1. Onko suunnitelman toteuttaminen mielestäsi mahdollista?

1. Kyllä, mielestäni suunnitelman toteuttaminen on mahdollista, jos hallitukseen saadaan uusia jäseniä. Mielestäni suunnitelmassa esiintyneet ideat eivät ole mahdottomia toteuttaa, jos vaan porukka saadaan osallistumaan toimintaan aktiivisemmin.
2. EVERYTHING IS POSSIBLE se on tärkeintä että saadaan oikeat ihmiset hallitukseen, että asiat tulee tehtyä. Ens vuodelle on jo alustavasti yhteistyötä varsinkin kouvolan kanssa mietitty ja silloin voisi jo kokeilla sitä haalarimerkkiä tietyille tapahtumalle.
3. Periaatteessa suunnitelma voisi toimia, mikäli siis saadaan hallitukseen uusia jäseniä. Riippuu myös paljon siitä, miten aktiivinen uusi hallitus mahdollisesti on, mutta jos toiminta jatkuu samaa rataa kuin viime vuonna, epäilen että suuria puheita lukuunottamatta mitään ei saada aikaisiksi.
4. Pitäisin sitä mahdollisena. Linjaus suunnitelman toteuttamisesta asia kerrallaan on järkevä lähtökohta.
5. Kyllä tuo on varmasti mahdollista ja hyvä tuohon olisi tähdätä, että oltaisiin vakavasti otettava yhdistys.

Kehitys 2011:

Yhteistyömahdollisuuksista tosin tulee neuvotella jo tämän vuoden puolella, mikäli haluamme tehdä yhteistyötä vuonna 2011.

Sähköinen kuukausitiedote on varmasti idealtaan hyvä ja täydellisessä maailmassa ihmiset olisivat siitä kiinnostuneita. Tosin LapTOP on joskus harrastanut sähköisiä (ei välttämättä kuukausi, mutta parin kuukauden s-posteja),

mutta se ei tuntunut joko kiinnostavan ketään, tai sitten ne hukkuivat muiden postien sekaan. Vuonna 2008 niitä ei enää lähetelty käsittääkseni. Silti, jos sähköposti "lookkia" saisi houkuttelevammaksi niin se voisi kiinnittää paremmin huomiota. Oletetaan, että joku ei ole kiinnostunut bileistä, vaan esimerkiksi urheilutapahtumista. Jos LapTOp lähettää kuukausitiedotteen, missä on kaikkea bileistä tradenomilakin hankkimiseen, niin tämän henkilön on löydettävä oma kategoriansa (urheilu- ja vapaa-aika?) helpommin sähköpostista, ettei hänen tarvitse selata koko sähköpostia ja tylsyydessään sulkee sen pois ennen kuin pääsee omaan kiinnostavaan aihealueeseen.

Tekstissä lukee seuraavanlaisesti: " LapTOpin on tärkeää hankkia riittävästi sponsoreita opiskelijahaalareihin, jotta niiden myynnistä saataisiin tuottoa yhdistykselle..." Mielestäni tämä ei ole oikein, nimittäin haalarasiat pitäisi olla ne, joiden opiskelijan pitäisi saada mahdollisimman halvalla (ilman, että yhdistys ei mene konkurssiin kertaheitolla) ja näin ollen LapTOpin ei kuuluisi kerätä haalareista minkäänlaista voittoa jos mahdollista.

Yhdistyksen kotisivut ovat juuri saaneet uuden ilmeen. Tätä ilmettä on silti vaikeata muokata räikeästi, sillä käytämme eräänlaista sivustopohjaa, jota ei voi muokata, eli osa kuviosta ja väreistä on käsittääkseni tullut jäädäkseen.

Mikäli yhteistyö Lapion ja Lakosten kanssa onnistuisi niin voisimme miettiä yhteisen "Lappeenrannan amk opiskelijapäivän", jossa kaikki lähtisi esim. pusupuistoon grillailemaan ja viettämään vapaa-aikaa. Tänne, jos saataisiin äänentoistolaitteet, yms. niin varmasti saisi kaikua myös muilta tahoilta.

Vapaa-aikatoimikunnasta olisin erittäin samaa mieltä, että sinne tarvittaisiin lisää väkeä. Tällä hetkellä on erittäin vaikeata, että hallitus miettii itse hallinnollista puolta, että kaikkea muuta siihen liittyvää. Vapaa-aikatoimikuntaan tulisi saada 10-15 henkilöä, jotta brainstorming onnistuu parhaiten, ja niin, että hallitus pääsee itse keskittymään siihen kaikista tärkeimpään, eli pyörittämään yhdistystä.

Kehitys 2012:

Skinnarilaan muuttaessa saattaa myös muuttua asia toimiston aukiolojen suhteen. Mikäli olemme yhteisessä tilassa SAIKOn ja Lapion kanssa niin tämä helpottaa jo huomattavasti sitä, että toimistoa kannattaa pitää auki. Talkolla, Atkinsilla, yms. on yhteinen iso huone, jossa kaikilla pienet lasikopperot. Tänne opiskelijat tulevat viihtymään (pelailemaan pleikkareita, lautapelejä, kattomaan telkkaria), ja koska kaikki ovat yhdessä tilassa, eikä hajautettu ympäri koulua niin on myös helpompaa tavoittaa jäsenensä. Sohvaan suosittele edes harkitsemaan tai laittamaan kehitysideaan, sillä saattaa olla että tilat tulevat olemaan pienet. Pelisilmällä kalusteita voi hankkia sen mukaan kun niitä sinne mahtuu. Laptopilla ei siis välttämättä ole "omaa toimistoa" vaan jokin nurkkaus tavaroille.

Kehitys 2013:

"LapTOpissa on suunniteltu, että yhdistystoiminnasta voisi saada vapaavolintaisia opintopisteitä, mutta idea ei ole vielä tuottanut tulosta.". Asia ei ole jäänyt pelkästään suunnitelmaksi, vaan se on mennyt koulun johdolle. Vastaukselta ei ole tullut tähän asiaan. Tähän otettiin kantaa muistaakseni 2009 keväällä.

## **2. Mitkä ovat suurimmat riskitekijät suunnitelman onnistumisessa?**

1. Mielestäni suurin riskitekijä suunnitelman onnistumisessa on, ettei hallitukseen saada tarpeeksi aktiivisia jäseniä toteuttamaan sitä.
2. esim se kk tiedote, se on helposti toteutettavissa, kunhan vaan on motivoituneita ihmisiä ja kiinnostusta toimimaan hallituksessa, ja kunhan on jotain kirjoitettavaa



3. Suurimmat riskitekijät: nimi alle vaan, ei mua kiinnosta. Eli siis passiivinen hallitus, joka ei saa mitään aikaisiksi.
4. En osaa sanoa sen tarkemmin, mutta esimerkiksi yritysysteistyön osalta saattaa riskitekijöitä olla yritysten haluttomuus yhteistyöhön taloudellisten tai joidenkin muiden yllättävien syiden takia. Lisäksi yritysysteistyön aloittamista saattaa haitata yritysten sisäinen byrokratia asian käsittelyssä (vie aikaa, riippuu muista päätöksentekijöistä jne.)
5. varainhankinta. Tällä hetkellä silti näyttää, että kaikki varat tulisivat lähinnä jäseniltämme bileiden yms. muodossa. Tämä on hieman riskaabelia ajatella, sillä näyttäisi siltä, että opiskelijoita ei niin kiinnosta bilettäminen. Näin siis jos ainoat varamme tulisivat bileiden osalta niin ei hyvältä näytä (etenkin jos haalarit vievät niin paljon rahaa, kuin ne tekevät nyt)

### **3. Mitkä kehityskohteet ovat mielestäsi helpoimpia toteuttaa?**

1. Markkinoinnin parantaminen, koska tällä hetkellä markkinointia ei ole juuri-kaan, joten pienikin lisäpanos on edistystä. Samoin haalarisponsoreiden hankkimisen ei pitäisi olla ylivoimaista, jos hallitus saadaan toimimaan paremmin yhdessä ja jokaiselle korostetaan sponsoroiden hankinnan tärkeyttä. Myös yhteistyö lähialueiden yhdistysten kanssa lienee helppo toteuttaa, koska haluukkuutta on molemmin puolin.
2. internetsivut on helpoimmin toteutettavissa ja nyt varsinkin kun on bileita missä voi ottaa kuvia ja laittaa niitä sitten sivuille.
3. Kotisivujen kehittäminen, facebook-info ja sähköiset kuukausitiedotteet.
4. Teknisten elementtien, kuten nettisivujen ja Facebookin teknisten asetusten muokkaaminen. Ja mahdollisesti alueellinen yhteistyö (Kouvola ja Mikkeli + LaKOSTE)

5. sähköinen viestintä (kotisivut, kuukausitiedotteet, Facebook)

**4. Onko suunnitelmassa sellaisia kohteita, joiden toteutumiseen et usko?**

1. Epäilen eniten LaplO yhteistyötä, sillä sen onnistuminen riippuu todella paljon ensi vuoden puheenjohtajasta.
2. ollaan ennenkin puhuttu just siitä että toiminnasta saisi pisteita ihan niinkuin tutor toiminnasta ja luokan vanhin toiminnasta, ja se että koulu ei arvosta tätä ja että ei muka kuulu koulun toimintaan eikä siksi siitä voi saada pisteita... torkeeta, ja toivottavasti se voisi muuttua.....
3. Tällä hetkellä hieman epäilen, että hallitus tosiaan tekisi ryhtiliikkeen ja saisi esim. järjestettyä useampia tapahtumia. Toivotaan, että uusi hallitus on hieman reipasotteisempi ja kokonaisuudessaan aktiivisempi edellisiä.
4. En osaa sanoa
5. peli-iltojen järjestämiseen (lautapelit). Ihmiset eivät lähde tuollaiseen mukaan, sillä se tuntuu jossain määrin lapselliselta touhulta. Kukaan ei jaksavaivautua sellaisen takia nostamaan takamustaan ylös tuoliltaan.

**5. Onko suunnitelmassa kohteita, joita ei mielestäsi pitäisi toteuttaa lainkaan?**

1. Ei ole.
2. NO, CAUSE YOUR PLAN IS PERFECT
3. En osaa sanoa
4. peli-ilta, sohvan hankkiminen (näillä näkymin)

## 6. Muita kommentteja suunnitelmasta?

1. Hyviä ehdotuksia, toivottavasti seuraava hallitus ryhtyy toteuttamaan niitä
2. paha sanoa, mitä seuraavien vuosien suunnitelmasta, kun ei oikesti tiedä miten jutut menee sitten skinnarilassa, yhteistyö muitten kanssa korostuu mutta sitten pitää kuitenkin yrittää pitää kiinni omasta identiteetistä.
3. Suunnitelma kuulostaa hienolta, mutta jostain syystä suhtaudun pienellä epäilyksellä sen toteutumiseen. Riippuu niin paljon seuraavasta hallituksesta, saako se mitään aikaisiksi. Joitakin kohtia on suunniteltu toteutettavaksi muistaakseni aiemminkin hallituksen kokouksissa, mutta jostain syystä toteutus on jäänyt puolitiehen (/tuskin lähtenyt matkaan ollenkaan).
4. Ei erityistä kommentoitavaa

## **LIIKETALouden OPIskELIJOIDEN HAASATTELU**

### **1. Tiedätkö, mitä Lappeenrannan Tradenomiopiskelijat ry (LapTOp) tekee**

Suurinpiirtein, en välttämättä tarkalleen.

En

En oikeastaan tiedä muuta, kuin että järjestää tapahtumia opiskelijoille.

Eikös se järjestele kaikkia näitä meidän ihania tapahtumia koululla ja koulun ulkopuolellakin. Ja pitää huolta meidän opiskelijoiden oikeuksista jne.

Ajaa tradenomiopiskelijoiden etuja, järjestää bileitä

Kai se huolehtii meidän opiskelijoiden asioista. Järjestää ainakii kaikenlaisii tapahtumia

Tiedän suunnilleen

Kyllä

### **2. Oletko LapTOpin jäsen? Jos et ole, miksi et?**

En kuulu ainakaan hallitukseen? Onko meidän biletoimiryhmä osana laptopia?

En, en oo ees ajatellu koko asiaa

En ole. En itseasiassa oikein tiiä, varmaan ku tulín siirto-oppilaana vasta toisena vuonna taloon ni se on vaan jäänyt.

En ole.

Olin muistaakseni, en enää, koska valmistuin, vai meneeks se niin

En ole. Ellei tradenomiliiton jäsenyys oo sama asia. En ole koska ei oo oikee tietoo mitä siitä hyöttyy

En ole varma, en muista, mutta ihan ku miä oisin liittynyt siihen ekana opiskeluvuotena

Onkohan tää nyt sama asia, jos miulla on tarra opiskelijakortissa.. Siinä tapauksessa kyllä, muuten en. :D

### **3. Tiedätkö, mitä etuja LapTOPin jäsenyydestä saa?**

En

En

Kaikenlaisia alennuksiaahan sitä vissiin sais, ehkäpä.

En tiedä.

En kyllä oikeastaan oo varma, ainakin jotain lippuja voi saada halvemmalla.

Ei kyl oo tietoo

En

Sama vastaus kun edellä

**4. Miten LapTOPin tiedotus mielestäsi toimii? Oletko nähnyt LapTOPin tiedotuksia/mainoksia koululla tai Internetissä?**

Oikeastaan vaan bilemainoksia.

Koulussa oon joskus nähnyt jotain mainoksia

Hyvinhä se varmasti toimii, ainakin näin sosiaalisen median kautta ja koulullakin on hyvin mainostettu tapahtumia.

En ole nähnyt mainoksia.

Oon nähnyt netissä ja koulussa silloin, kun vielä siellä olin..Ei moittimista toiminnassa, mielestäni toimii hyvin.

Mainoksii tapahtumista näkyy paljo koulun seinillä. Myös fb:n kautta tullu hyviä tietoo tapahtumista

Se voisi olla parempaa. Olen kyllä nähnyt bilejulisteita koululla ja tapahtumia facebookissa

Mainoksia koululla ja facebookissa

**5. Tiedätkö, mitä tapahtumia LapTOPilla on/on ollut?**

Bileitä ainakin

Joo, muutamia tiedän

Erilaiset opiskelija pippalot ovat LapTop:n järjestämiä, wipellys on muistaakseen yhteistyössä Lapion ja yliopiston kanssa järjestetty tapahtuma kaikille lappeenrannan seudun opiskelijoille. Myös erilaiset ns. virkistymispäivät ovat LapTop:n järjestämiä esim. huhtaripäivä jne.

Hiihtolomalla reissu Slovakiaan.

Tänään on ainakin ne jotkuu Kemistikemut..

Ainaki slovakian reissuja, gigglinis välillä bileitä

bileitä ja oisko ollut joku laskettelumatka..

En muista nimiä tarkalleen, mutta joitain virkistystapahtumia...

**6. Oletko osallistunut/aikeissa osallistua LapTOpin järjestämiin tapahtumiin?**

Bileitä ainakin

En

Olen osallistunut tapahtumiin siis ainakin noihin opiskelija pippaloihin on tullut mentyä.

En ole aikeissa.

Oon osallistunut, nykyään tulee harvemmin osallistuttua, koska en opiskele ja käyn töissä, niin ei pääse

Lähiaikoina ei oo tullu osallistuttua mut on sitä tullu käytyä gm:n bileissä ekoina opiskeluvuosina ahkerastikin

Olen osallistunut ja varmaan tulen vielä osallistumaan

En muista milloin oisin osallistunut, ja nyt ei oo aikaa osallistua vähään aikaan

**7. Onko sinulla kehitysideoita yhdistyksen näkyvyyden lisäämiseksi?**

Enemmän infoa, itse laptopista, plus tietoa esimerkiksi, miten siihen voi liittyä.

Eipä kummemmin. Mä oon tällanen tylsä vastaaja joka ei tiedä mistään mitään

Eipä tulle näin suoralta kädeltä mieleen mitään uusia ideoita näkyvyyteen.

Ei...

Ei nyt kyl tuu mielee. FB kautta kannattaa ainaki jatkos mainostaa

Onkos laptopilla jo nettisivut? ne olis aika hyvä keino lisätä ihmisten tietoisuutta ja markkinoida niitä, + facebook

Nettisivut?